

**PERANCANGAN VIDEO MUSIK BERJUDUL
"*SIDE BY SIDE*" SEBAGAI MEDIA PROMOSI
BAND SLOWRIGHT**

TUGAS AKHIR



**AUGIE BAHTIAR RAHMAN
NIM: 332110001**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MA CHUNG
MALANG
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN VIDEO MUSIK BERJUDUL
"SIDE BY SIDE " SEBAGAI MEDIA PROMOSI
BAND SLOWRIGHT

Oleh:

Augie Bahtiar Rahman

NIM. 332110001

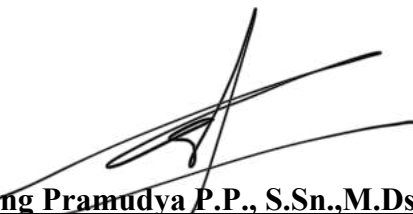
Dari:

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNOLOGI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MA CHUNG

Telah dinyatakan lulus dalam melaksanakan Tugas Akhir sebagai syarat kelulusan
dan berhak mendapatkan gelar Sarjana Desain (S.Ds)

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,


Bintang Pramudya P.P., S.Sn., M.Ds

NIP. 20170015


Didit Prasetyo Nugroho, S.Sn., M.Sn

NIP. 20160010

Dekan Fakultas Sains dan Desain


Prof. Dr. Eng. Romy Budhi Widodo
NIP. 20070035

**PERANCANGAN VIDEO MUSIK BERJUDUL
"SIDE BY SIDE" SEBAGAI MEDIA PROMOSI
BAND SLOWRIGHT**

Augie Bahtiar Rahman

332110001

Abstrak

Perkembangan industri musik digital membuka peluang bagi musisi independen seperti Slowright, sebuah band asal Malang dengan genre reggae, ska, rap, dan hip hop fusion, untuk mempromosikan karya mereka. Video musik menjadi media promosi yang krusial karena mampu menyampaikan narasi, identitas, dan nilai estetika dari sebuah karya musik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan memproduksi video musik "Side by Side" untuk band Slowright sebagai media promosi yang efektif. Metode yang digunakan adalah deskriptif-kualitatif dengan pendekatan 5W+1H (What, Who, Where, When, Why, How). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan anggota band, observasi tren video musik, dan dokumentasi lirik lagu serta branding band. Analisis data digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan visual yang sesuai dengan karakter lagu "Side by Side", memahami gaya komunikasi visual band, dan mengenali preferensi estetika audiens sasaran. Hasilnya menunjukkan bahwa perancangan video musik berhasil dilaksanakan, di mana pesan utama lagu tentang loyalitas dan persahabatan divisualisasikan dengan konsep kasual dan sinematik yang terinspirasi dari hip-hop era 90-an. Proses produksi dilakukan di Toko Avia dan Eleven Clan Burger di Malang pada tanggal 20 Juni 2025. Tahap pasca-produksi melibatkan editing menggunakan software Adobe Premiere Pro CC 2024 dan Davinci Resolve 20, termasuk color grading untuk menegaskan suasana lagu. Video musik final memiliki resolusi 4K UHD 3840 x 2160 dengan format H.264. Video ini tidak hanya menjadi media promosi yang estetis, tetapi juga memperkuat citra band dan memberikan kontribusi praktis bagi mahasiswa.

Kata Kunci: Video Musik, Promosi, Slowright, Hip-hop, Persahabatan

**PERANCANGAN VIDEO MUSIK BERJUDUL
"SIDE BY SIDE" SEBAGAI MEDIA PROMOSI
BAND SLOWRIGHT**

Augie Bahtiar Rahman

332110001

Abstract

The development of the digital music industry has opened up new opportunities for independent musicians like Slowright, a band from Malang with reggae, ska, rap, and hip hop fusion genres, to promote their work. Music videos have become a crucial promotional medium because they can convey the narrative, identity, and aesthetic values of a musical work. Therefore, this research aims to design and produce the "Side by Side" music video for the Slowright band as an effective promotional tool. The method used is descriptive-qualitative with a 5W+1H approach (What, Who, Where, When, Why, How). Data collection was carried out through interviews with band members, observation of music video trends, and documentation of song lyrics and band branding. Data analysis was used to identify visual needs that match the character of the song "Side by Side," understand the band's visual communication style, and recognize the aesthetic preferences of the target audience. The results show that the music video design was successfully implemented, where the main message of the song about loyalty and friendship was visualized with a casual and cinematic concept inspired by 90s hip-hop aesthetics. The production process was carried out at Toko Avia and Eleven Clan Burger in Malang on June 20, 2025. The post-production stage involved editing using Adobe Premiere Pro CC 2024 and Davinci Resolve 20 software, including color grading to emphasize the song's atmosphere. The final music video has a resolution of 4K UHD 3840 x 2160 in H.264 format. This video not only serves as an aesthetic promotional medium but also strengthens the band's image and provides a practical contribution to students.

Keywords: Music Video, Promotion, Slowright, Hip-hop, Friendship

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “*Perancangan Video Musik Berjudul ‘Side by Side’ sebagai Media Promosi Band Slowright*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds) pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Ma Chung.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan bimbingan berbagai pihak, pentahapan penelitian dan perancangan tidak akan berjalan dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Eng. Romy Budhi Widodo, selaku Dekan Fakultas Teknologi dan Desain Universitas Ma Chung, yang telah memberikan dukungan sarana dan prasarana selama penulis menempuh studi.
2. Bapak Bintang Pramudya P.P., S.Sn., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing I, dan Bapak Didit Prasetyo Nugroho, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing II, yang dengan sabar membimbing, memberi arahan, dan masukan yang konstruktif sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Seluruh dosen dan staf pengajar Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Ma Chung, yang telah membekali penulis dengan ilmu dan keterampilan yang sangat berharga.
4. Anggota band Slowright, yang telah memberikan kesempatan, data, dan wawasan mendalam mengenai visi, karakter, serta proses kreatif dalam produksi video musik "*Side by Side*".
5. Orang tua dan keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan doa, motivasi, dan dukungan moral sehingga penulis dapat menempuh setiap tahapan studi dengan penuh keyakinan.
6. Sahabat dan rekan-rekan seperjuangan di Universitas Ma Chung, yang telah memberikan bantuan, semangat, dan saran selama masa penggarapan skripsi ini.

7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, baik narasumber, partisipan observasi, maupun pihak lembaga terkait, yang telah membantu kelancaran penelitian ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan karya tulis ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu Desain Komunikasi Visual, khususnya pada penerapan video musik sebagai media promosi dalam industri musik independen.

Akhir kata, penulis berharap semoga karya ini dapat menjadi sumbangsih praktis dan teoritis bagi pengembangan dunia desain komunikasi visual, dan menjadi inspirasi bagi peneliti selanjutnya.

Malang, 6 Mei 2025

Penulis .



Augie Bahtiar Rahman
NIM: 332110001

DAFTAR ISI

<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>i</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>v</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>viii</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>ix</i>
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i>	<i>x</i>
<i>BAB I PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Tujuan dan Target	4
1.6 Manfaat	4
<i>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI</i>	<i>6</i>
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.2 Buku Referensi	10
2.2 Tinjauan Sumber Ide Perancangan	15
2.3 Landasan Teori	18
2.3.1 Pengertian Video	18
2.3.2 Teknik Pengambilan Gambar	18
2.3.3 Teknik Pergerakan Kamera	22
2.3.4 Pencahayaan	25
2.3.5 Video Musik	26
<i>BAB III METODE</i>	<i>28</i>

3.1 Metode Perancangan	28
3.2 Metode Pengumpulan Data	28
3.4 Metode Analisis dan Sintesis Konsep	30
3.4.1 Analisa Data	30
3.4.2 Sintesis Konsep	31
3.5 Tahapan Perancangan	32
3.5.1 Pra Produksi	32
3.5.2 Produksi	33
3.5.3 Paska Produksi	34
3.6 Bagan Alir Perancangan	35
3.7 Strategi Perancangan	36
3.8 Target dan Indikator Capaian	38
3.9 Jadwal Kegiatan Penelitian	39
<i>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</i>	40
4.1 Pengumpulan Data dan Identifikasi Data	40
4.1.1 Profil Band Slowright	40
4.1.2 Hasil Wawancara	41
4.2 Analisis Data	41
4.3 Pra Produksi	43
4.3.1 Lirik dan Makna Lagu	43
4.3.2 Ide Cerita	44
4.3.3 <i>Moodboard</i>	45
4.3.4 <i>Storyboard</i>	46
4.3.5 Survey Lokasi (<i>Recce</i>)	54
4.3.6 <i>Equipment</i>	55
4.3.7 <i>Budgetting</i>	62
<i>BAB V PRODUKSI DAN PASKA PRODUKSI</i>	64

5.1 Produksi	64
5.1.1 Pengambilan Gambar (<i>Shooting/Filming</i>)	64
5.1.2 Transfer Data	65
5.2 Paska Produksi	66
5.2.1 Penyuntingan (<i>Editing</i>)	66
5.2.2 Compositing	66
5.2.3 Cut to Cut	66
5.2.4 Transition	67
5.2.5 <i>Effect</i>	68
5.2.6 Koreksi Warna dan <i>Color Grading</i>	68
5.2.7 <i>Font</i>	76
5.2.8 Rendering	77
5.3 Media Utama	78
5.4 Media Pendukung	93
<i>BAB VI PENUTUP</i>	97
6.1 Kesimpulan	97
6.2 Saran	98
6.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya	98
6.2.2 Bagi Band Slowright	98
6.2.3 Bagi Universitas	99
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	100

DAFTAR GAMBAR

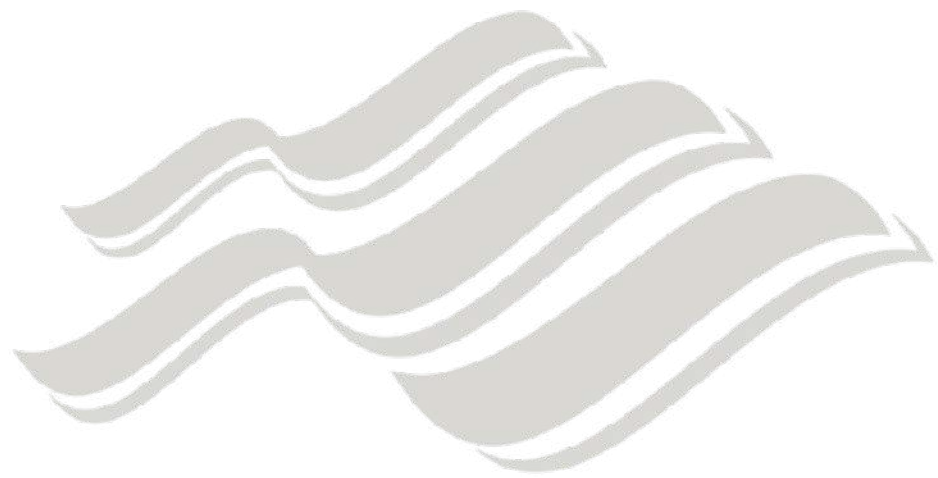
Gambar 2. 1 Buku “Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context”	10
Gambar 2. 2 Buku “The Visual Story: Creating the Visual Structure of Film, TV and Digital Media”	11
Gambar 2. 3 “video production handbook 4th edition	12
Gambar 2. 4 Buku “Film Art: An Introduction”	13
Gambar 2. 5 Buku “Live and Recorded: Music Experience in the Digital Millennium”	14
Gambar 2. 6 ท้องฟ้า – PAPER	15
Gambar 2. 7 21 Savage - Bank Account	16
Gambar 2. 8 The Blaze – TERRITORY	17
Gambar 2. 9 Peterparker69,野田洋次郎 - Hey phone	17



UNIVERSITAS
MA CHUNG

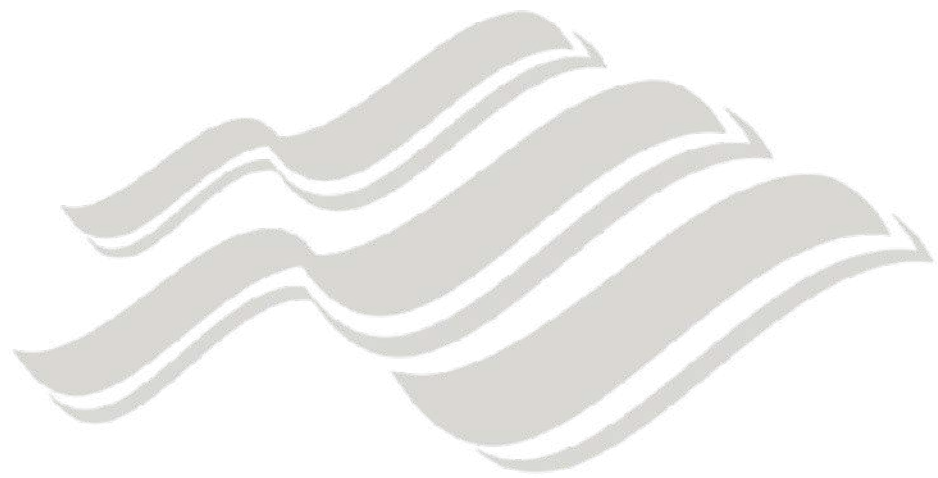
DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Target dan Indikator Capaian Penelitian	38
Tabel 3. 2 Jadwal Kegiatan Penelitian	39



UNIVERSITAS
MA CHUNG

DAFTAR LAMPIRAN



UNIVERSITAS
MA CHUNG

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri musik di era digital telah membuka ruang baru bagi para musisi independen untuk mempromosikan karya mereka secara lebih luas dan kreatif. Industri musik global telah mengalami pergeseran signifikan dari model distribusi fisik ke platform digital, seperti layanan *streaming* musik dan *platform* media sosial. Pergeseran ini telah meruntuhkan banyak batasan tradisional, memungkinkan artis dari berbagai belahan dunia untuk menjangkau audiens global tanpa perlu dukungan label besar.

Di Indonesia sendiri, adaptasi terhadap teknologi digital ini sangat pesat. Platform *streaming* seperti Spotify, Apple Music, dan YouTube Music telah menjadi kanal utama bagi jutaan pendengar untuk menemukan dan menikmati musik. Selain itu, media sosial seperti Instagram dan TikTok berperan krusial dalam membangun interaksi antara musisi dan penggemarnya, serta menjadi sarana efektif untuk *teaser* dan promosi.

Salah satu media yang semakin krusial dalam strategi promosi adalah video musik. Video musik tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap visual dari lagu, tetapi juga sebagai media komunikasi yang mampu menyampaikan narasi, identitas, serta nilai estetika dari sebuah karya musik. Dalam konteks ini, visualisasi musik menjadi bagian integral dari persepsi audiens terhadap citra sebuah band.

Industri musik di Indonesia, khususnya di kota-kota besar seperti Malang, menunjukkan dinamika yang menarik. Malang dikenal sebagai salah satu kota dengan skena musik independen yang sangat aktif dan beragam. Banyak band dan musisi lokal yang muncul dengan berbagai genre, didukung oleh komunitas yang kuat, studio rekaman mandiri, dan berbagai *venue* untuk pertunjukan. Kota ini juga menjadi rumah bagi berbagai festival musik independen yang rutin diadakan, semakin memperkuat ekosistem musik lokal. Kemudahan akses terhadap teknologi rekaman dan distribusi digital juga turut mendorong pertumbuhan musisi

independen di Malang, memungkinkan mereka untuk berkarya dan menyebarkan musiknya tanpa harus bergantung pada jalur konvensional.

Dalam konteks inilah Slowright, sebuah band asal Kota Malang, hadir sebagai bagian dari geliat musik independen. Sebagai kelompok musik independen beranggotakan empat personel yang berkembang dalam aliran reggae, ska, rap, dan hip hop fusion, Slowright membutuhkan strategi promosi yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas sekaligus membangun citra visual yang konsisten dengan karakter musikal mereka. Oleh karena itu, pembuatan video musik "*Side by Side*" sebagai salah satu karya terbaru Slowright menjadi langkah strategis dalam membangun komunikasi visual yang kuat antara band dan pendengarnya, sekaligus memanfaatkan potensi *platform* digital yang telah menjadi tulang punggung industri musik saat ini.

Menurut Vernallis (2004) dalam bukunya *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*, video musik memiliki kekuatan untuk “membentuk persepsi audiens terhadap musik melalui visualisasi yang bersifat simbolik, naratif, maupun eksperimental.” Hal ini menunjukkan bahwa video musik tidak hanya menjadi pelengkap, tetapi juga merupakan bentuk komunikasi kreatif yang menyatu dengan lagu itu sendiri.

Menurut Syafrida (2024) menyatakan Strategi pemasaran digital yang melibatkan elemen visual, naratif, dan interaksi langsung dengan penggemar dapat memperkuat koneksi emosional antara artis dan audiens. Dalam konteks ini, video musik "*Side by Side*" akan dirancang tidak hanya sebagai representasi dari lagu secara sinematik, tetapi juga sebagai alat promosi strategis untuk membangun kedekatan emosional antara Slowright dan audiensnya.

Proyek ini adalah tentang membuat video musik yang menginterpretasikan lagu "*Side by Side*" dan mempromosikan band Slowright. Video ini akan menggabungkan elemen sinematik, narasi visual, dan nuansa musikal untuk menarik minat penonton dan meningkatkan eksposur band di dunia digital. Tujuannya adalah untuk mengkomunikasikan pesan emosional lagu dan membantu memperkuat posisi Slowright dalam industri musik independen Indonesia.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam konteks musik independen saat ini, band seperti Slowright menghadapi tantangan unik. Meskipun kualitas musikal adalah inti, menyampaikan pesan dan emosi lagu secara penuh seringkali terhambat oleh keterbatasan medium audio saja. Di tengah melimpahnya konten di berbagai platform digital, audiens modern mencari pengalaman yang lebih menyeluruh, yang tidak hanya terdengar tetapi juga terlihat. Oleh karena itu, urgensi untuk memproduksi video musik menjadi krusial. Ini bukan hanya sekadar sarana promosi, melainkan sebuah keharusan untuk mengakomodasi dan memvisualisasikan lirik lagu "*Side by Side*" secara mendalam. Dengan demikian, video musik dapat memperkaya interpretasi pendengar, menciptakan koneksi emosional yang lebih kuat dengan narasi persahabatan dalam lirik, serta mencerminkan identitas artistik band secara menyeluruh. Hal ini menjadikan video musik sebagai alat vital untuk menghidupkan lagu dan memberikan pengalaman yang lebih imersif bagi para penikmat musik.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini difokuskan pada proses perancangan dan produksi video musik "*Side by Side*" sebagai visualisasi lirik dan media promosi band Slowright. Penelitian tidak mencakup analisis mendalam terhadap dampak distribusi video musik, terhadap angka penjualan atau statistik digital, serta tidak membahas manajemen distribusi digital. Fokus utama penelitian ini terletak pada aspek tahap perancangan, konseptual, visual, dan komunikatif dari video musik sebagai visualisasi lirik dan media promosi, serta bagaimana elemen-elemen tersebut membentuk citra band Slowright di mata audiens.

1.4 Rumusan Masalah

Bagaimana merancang dan memproduksi video musik "*Side by Side*" sebagai media promosi yang efektif untuk membangun citra dan memperluas jangkauan audiens band Slowright?

1.5 Tujuan dan Target

Perancangan bertujuan untuk merancang dan memproduksi sebuah video musik yang mampu memvisualisasikan lirik dan menjadi media promosi bagi band Slowright, dengan pendekatan visual yang sesuai dengan karakter lagu dan identitas band. Video ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik band di ranah digital.

Target yang ingin dicapai adalah Membuat sebuah video musik berdurasi 4 menit untuk mengakomodasi/visualisasi dari lirik lagu "*Side by Side*" yang dapat digunakan dalam berbagai platform media sosial dan kanal distribusi digital dan di validasi oleh band Slowright.

1.6 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari perancangan video musik ini adalah:

- 1) Bagi Mahasiswa
 - a) Memungkinkan mahasiswa mengaplikasikan ilmu produksi audio-visual dan penelitian sosial yang telah dipelajari selama studi.
 - b) Mengasah keterampilan teknis, kreativitas, dan kemampuan berpikir kritis dalam menghadapi tantangan produksi nyata.
- 2) Bagi Universitas
 - a) Menjadi bukti kualitas pembelajaran dan kompetensi lulusan dalam merespons kebutuhan industri kreatif melalui pendekatan desain komunikasi visual.
 - b) Dapat berfungsi sebagai bahan referensi atau contoh tugas akhir yang aplikatif dan inovatif.

- c) Memperkuat posisi universitas sebagai institusi pendidikan yang menghasilkan karya relevan dan kontekstual.

3) Bagi Band Slowright

- a) Menyediakan media promosi yang representatif, estetis, dan komunikatif untuk lagu "*Side by Side*".
- b) Memperkuat identitas visual dan *branding* band secara keseluruhan.
- c) Meningkatkan jumlah audiens dan memperluas jangkauan promosi di platform digital, mendukung pemasaran musik berkelanjutan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian dan proyek sebelumnya yang mengkaji video musik sebagai alat promosi menunjukkan bahwa menggabungkan unsur visual dan audio secara efektif dapat meningkatkan daya tarik serta menciptakan ikatan emosional yang lebih kuat dengan audiens.

Studi pertama oleh Kezia dkk. (2015) yang berjudul "Perancangan Video Musik Voice of The Restless: My Guiding Star" membahas bagaimana video musik menjadi media efektif untuk menyampaikan pesan. Video musik memungkinkan penonton untuk memahami cerita, musik, dan pesan lagu secara bersamaan. Penelitian ini didasari oleh pemahaman bahwa video musik merupakan media yang kuat untuk menyalurkan ide dan konsep, serta mempengaruhi persepsi audiens. Para pencipta lagu seringkali memiliki pesan spesifik yang ingin disampaikan, dan mereka menggunakan berbagai cara, masing-masing dengan keunggulan dan keterbatasannya. Video musik yang dibuat oleh band pop-rock asal Surabaya, Voice of the Restless, sebelumnya hanya menampilkan gambar tanpa berhasil menyuarakan makna lagu dengan baik.

Tujuan dari penelitian ini adalah menciptakan video musik yang mampu menyampaikan pesan dan makna lagu melalui alur cerita serta teknik visual yang menarik. Tujuannya adalah menghasilkan video musik dengan konsep yang tepat, didukung oleh pesan dan emosi yang jelas. Manfaatnya adalah meningkatkan kesadaran publik terhadap Voice of the Restless sebagai band yang berupaya menginspirasi melalui karya mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis data kualitatif, dengan wawancara terhadap generasi muda untuk mengidentifikasi masalah dan solusi yang sesuai.

Jurnal studi kedua oleh Krishen & Sirgy (2016) mengupas hubungan antara keselarasan identitas diri konsumen (*self-congruity*) dan kepribadian merek dalam video musik dengan sikap konsumen terhadap merek tersebut. Penelitian ini terdiri dari tiga studi korelasional. Studi pertama menemukan bahwa konsumen yang merasa identitas mereka (baik aktual, ideal, sosial, maupun ideal sosial) tercermin dalam merek yang ada di video musik cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap merek tersebut. Studi kedua menguji apakah keterlibatan dengan musisi selebritas memperkuat efek ini, tetapi hasilnya menunjukkan bahwa *self-congruity* tetap memiliki pengaruh signifikan terlepas dari tingkat keterlibatan tersebut. Studi ketiga mencoba mengeksplorasi apakah keselarasan antara merek dan musisi dapat memperkuat pengaruh *self-congruity* pada sikap terhadap merek, namun hipotesis ini tidak didukung secara konsisten. Kesimpulannya, *self-congruity* terbukti menjadi faktor penting dalam membentuk sikap positif terhadap merek dalam konteks video musik, meskipun pengaruhnya tidak meningkat karena keterlibatan musisi atau keselarasan antara merek dan musisi.

Studi ketiga oleh Panji (2019) dalam Jurnal "Perancangan Video Klip Musik sebagai Media Promosi Band Closure" mengulas bagaimana video musik dapat menjadi sarana promosi yang efektif bagi band *indie* dalam menghadapi persaingan industri musik yang ketat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk merancang video musik "Cold Room" milik band Closure dengan konsep *conceptual clip video* yang menonjolkan visualisasi simbolik dari tema lagu, yaitu "perang batin". Perancangan ini juga didukung oleh media promosi tambahan seperti poster, kaos, dan iklan Instagram untuk memperkuat jangkauan ke audiens yang lebih luas, khususnya remaja dan dewasa muda.

Konsep dalam jurnal ini sangat relevan dengan proyek video musik "Side by Side" oleh band Slowright, karena keduanya sama-sama memanfaatkan kekuatan narasi visual untuk memperdalam pesan emosional dalam lagu.

Jurnal studi keempat oleh Immanuel dkk. (2025) berjudul "Perancangan Video Musik 'Mayfly' sebagai Media Promosi Idol Group Oriana" membahas

proses kreatif dan strategis dalam merancang video musik sebagai alat promosi yang efektif. Proyek ini bertujuan meningkatkan eksistensi Oriana, grup idola lokal asal Solo, yang telah memiliki lagu orisinal namun belum memiliki karya visual. Dengan pendekatan *mixed methods*, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan pengujian audiens, kemudian menerapkannya dalam tahap pra-produksi, produksi, hingga pascaproduksi. Konsep visual video ini fokus pada koreografi, cerita pendek bertema persahabatan penuh nostalgia, dan pengolahan warna bernuansa dingin untuk mendukung emosi lagu. Evaluasi menunjukkan respons positif dari berbagai pihak dan target audiens, menjadikan video ini sebagai media promosi utama yang efektif untuk Oriana. Jurnal ini relevan dan bisa menjadi acuan bagi proyek perancangan video musik "Side by Side" Slowright. Keduanya memiliki kesamaan dalam menggunakan video musik sebagai alat promosi yang menggabungkan narasi visual dan estetika sinematik untuk memperkuat makna lagu. Proses perancangan yang sistematis, mulai dari identifikasi masalah, riset audiens target, penyusunan konsep visual, hingga tahap pengujian, dapat diterapkan untuk menghasilkan video musik yang tidak hanya estetik tetapi juga komunikatif dan efektif dalam memperkenalkan identitas band kepada publik.

Studi keempat oleh Tommy (2010), yang dimuat dalam sebuah jurnal, mengkaji strategi promosi bagi grup musik indie Lalang melalui video musik sebagai elemen utama, didukung oleh media pelengkap seperti desain sampul CD, poster, dan *merchandise*. Lalang, grup musik *folk* yang liriknya bertema alam dan kehidupan, menghadapi tantangan promosi karena statusnya sebagai band independen. Tujuan penelitian ini adalah meningkatkan visibilitas grup musik tersebut di kalangan audiens berusia 17 hingga 40 tahun. Metode perancangan yang digunakan bersifat kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi, serta analisis data menggunakan teknik 5W+1H (what, where, when, who, why, how) untuk memastikan efektivitas strategi promosi. Proses produksi video musiknya meliputi tiga tahap utama: pra-produksi (penyusunan konsep, penulisan naskah, dan persiapan teknis), produksi (pengambilan gambar dengan pendekatan sinematik), dan pascaproduksi (editing, *color grading*, dan *mastering*).

Dalam konteks perancangan video musik untuk lagu "Side by Side" Slowright, temuan dari jurnal ini memberikan kerangka teoretis yang sangat relevan. Proyek video musik "Side by Side" dapat mengadopsi pendekatan serupa dengan menjadikan video musik sebagai media promosi utama untuk menegaskan identitas artistik mereka. Elemen naratif dan visual yang digunakan dalam video musik Lalang, seperti kontras antara imajinasi dan realitas, bisa disesuaikan untuk menyampaikan tema kehangatan dan kedekatan yang menjadi ciri khas lagu Slowright. Selain itu, integrasi media pendukung dan distribusi melalui platform digital (seperti YouTube) berpotensi memperluas jangkauan audiens. Dengan menerapkan metodologi yang sistematis, dari analisis konsep hingga eksekusi teknis, proyek ini memiliki peluang besar untuk menghasilkan video musik yang tidak hanya estetik tetapi juga efektif dalam membangun ikatan emosional dengan penonton.

Dengan merujuk pada penelitian-penelitian terdahulu ini, proyek video musik "Side by Side" akan mengadaptasi prinsip-prinsip perancangan visual yang mampu mengekspresikan nuansa emosional lagu dan merefleksikan identitas band Slowright secara unik dan otentik.

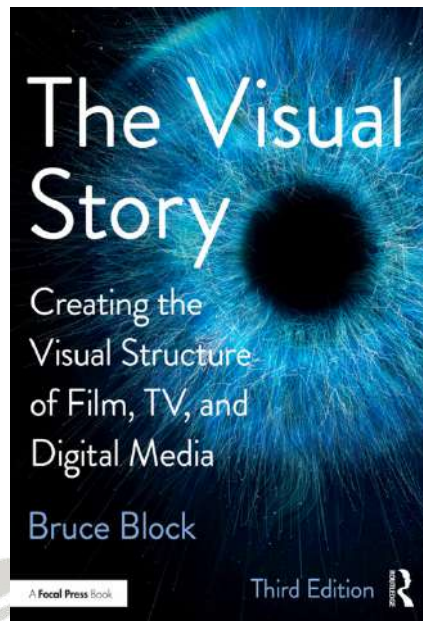
UNIVERSITAS
MA CHUNG

2.2 Buku Referensi



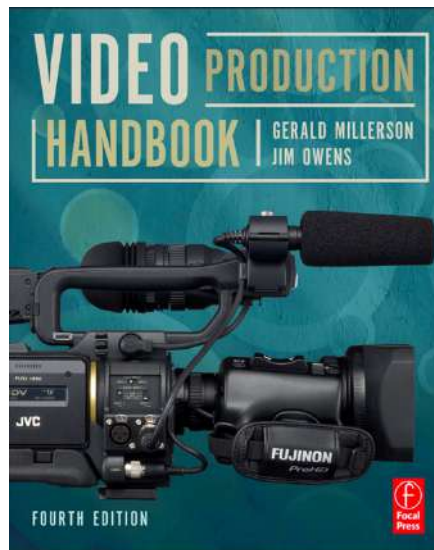
Gambar 2. 1 Buku "*Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*"
Sumber: Library Genesis

Dalam proses perancangan proyek ini, penulis merujuk pada beberapa buku acuan yang penting. Salah satunya adalah buku "Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context" karya Carol Vernallis (2004), yang mengupas secara mendalam hubungan antara musik dan visual dalam produksi video musik. Vernallis menjelaskan bahwa video musik adalah ruang estetis tempat narasi, simbol, dan ekspresi emosional dapat bercampur, tidak selalu secara linier, namun mampu menciptakan makna kolektif melalui pengulangan dan gaya visual tertentu.



Gambar 2. 2 Buku *"The Visual Story: Creating the Visual Structure of Film, TV and Digital Media"*
Sumber: Library Genesis

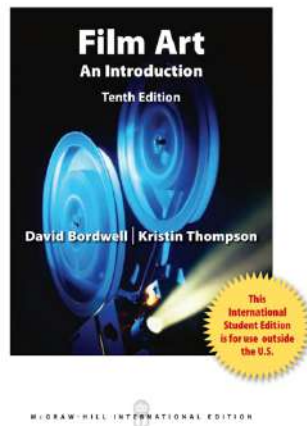
Selain itu, buku "The Visual Story: Creating the Visual Structure of Film, TV and Digital Media" karya Bruce Block (2008) juga digunakan. Buku ini membahas secara mendalam elemen-elemen visual yang menjadi dasar perancangan proyek video untuk film, televisi, maupun media digital. Bruce Block menjelaskan prinsip-prinsip seperti ruang, garis, bentuk, warna, gerakan, dan ritme visual dalam membangun struktur naratif yang kuat. Salah satu poin krusial dari buku ini adalah bagaimana komposisi visual bisa digunakan untuk menciptakan emosi, tema, dan ritme dalam sebuah karya audiovisual.



Gambar 2. 3 Buku “*video production handbook 4th edition*”
Sumber: Library Genesis

Buku "Video Production Handbook 4th edition" karya Gerald Millerson dan Jim Owens (2008) menekankan pentingnya teknik dalam produksi video. Ide yang bagus saja tidak cukup; cara penyajian melalui gambar dan suara sangat mempengaruhi respons audiens. Oleh karena itu, buku ini memberikan panduan praktis untuk memilih metode yang sederhana namun efektif dalam menciptakan video yang menarik dan persuasif.

UNIVERSITAS
MA CHUNG



Gambar 2. 4 Buku “*Film Art: An Introduction*”
Sumber: Library Genesis

Buku "Film Art: An Introduction" karya David Bordwell dan Kristin Thompson (2013) juga menjadi referensi untuk memahami dasar-dasar sinematografi dan teori naratif dalam bercerita secara visual. Buku ini memberikan panduan teknis dan estetis yang penting dalam merancang adegan, teknik pengambilan gambar, dan penyusunan alur cerita dalam bentuk audio-visual seperti video musik.



Gambar 2. 5 Buku *“Live and Recorded: Music Experience in the Digital Millennium”*
Sumber: Library Genesis

Buku "Live and Recorded: Music Experience in the Digital Millennium" karya Yngvar Kjus (2014) membahas perubahan pengalaman bermusik di era digital, baik secara langsung maupun rekaman. Fokus utamanya adalah bagaimana teknologi digital telah mengubah cara musisi, penonton, dan pelaku industri musik berinteraksi, serta bagaimana batasan antara pertunjukan langsung dan rekaman menjadi semakin tidak jelas. Secara keseluruhan, buku ini menawarkan wawasan mendalam tentang evolusi pengalaman musik seiring perkembangan teknologi digital, dengan menekankan pentingnya peran teknologi dalam membentuk interaksi di industri musik secara menyeluruh.

2.2 Tinjauan Sumber Ide Perancangan

Beberapa karya video musik yang menjadi sumber ide perancangan video musik "*Side by Side*" dari band Slowright adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 6 ท้อแท้ – PAPER
Sumber: Official Youtube PAPER

- 1) Sumber ide visual video berasal dari video musik berjudul “ท้อแท้” dari band PAPER membawa tema pertemanan. Video musik berdurasi 6 menit menceritakan tentang masalah dalam lingkup pertemanan yang dapat diselesaikan dengan santai. Video musik dikemas dengan visual sederhana tanpa efek visual yang rumit mampu merepresentasikan makna lirik dengan baik kepada audiens.



Gambar 2. 7 21 Savage - Bank Account
Sumbe: Official Youtube 21 Savage

- 2) Sumber ide *storytelling* berasal dari video musik berjudul “*Bank Account*” dari rapper berasal *USA* yaitu 21 Savage. Menariknya video musik yang berdurasi 5 menit 16 detik dikemas dengan cerita namun tidak sesuai dengan lirik sebenarnya. *Storytelling* inilah yang menjadi inspirasi penulis.

UNIVERSITAS
MA CHUNG



Gambar 2. 8 The Blaze – TERRITORY
 Sumber: Official Youtube The Blaze

- 3) Sumber ide visual berasal dari video musik berjudul “*TERRITORY*” yang diproduksi oleh musisi The Blaze. Video musik berdurasi 5 menit 37 detik sama sekali tidak berhubungan dengan lirik namun, emosi dan suasana dapat ditangkap dengan baik oleh audiens.



Gambar 2. 9 Peterparker69, 野田洋次郎 – Hey phone
 Sumber: Official Youtube Peterparker69

- 4) Sumber ide visual berasal dari video musik berjudul “*Hey Phone*” dari Peterparker69 sangat menarik untuk dijadikan referensi. Dari teknik pengambilan gambar, pergerakan kamera, hingga pencahayaan di atur sedemikian rupa menghasilkan visual yang unik dan matang.

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Pengertian Video

Video adalah serangkaian gambar yang direkam dan ditampilkan secara berurutan untuk menciptakan ilusi gerak. Dalam produksi audiovisual, video berfungsi sebagai media ekspresi visual yang menggabungkan gambar bergerak, suara, teks, dan efek visual untuk menyampaikan pesan tertentu. Menurut Rahman (2020), video adalah media elektronik yang menggabungkan teknologi audio dan visual untuk menghasilkan tayangan yang dinamis dan menarik. Dalam proyek ini, video digunakan sebagai medium kreatif untuk menafsirkan lagu "Side by Side" melalui pendekatan naratif dan sinematik.

2.3.2 Teknik Pengambilan Gambar

Sudut pengambilan gambar (*camera angle*) adalah posisi kamera yang sangat mempengaruhi bagaimana audiens menafsirkan sebuah adegan. Pemilihan sudut kamera yang tepat dapat menciptakan kesan emosional, menyoroti karakter tertentu, serta menunjukkan dinamika kekuasaan atau kedekatan psikologis antara subjek dan penonton. Menurut Atma Negara & Pradhono (2023) “*Camera angle* adalah penempatan kamera dari sudut atau ketinggian tertentu untuk menyampaikan pesan dan momen yang diinginkan dalam sebuah gambar. Teknik ini sangat berguna dalam membentuk persepsi terhadap subjek di fotografi, sinematografi, atau bahkan ilustrasi. Pemilihan *camera angle* yang cermat dapat meningkatkan drama visual dalam cerita sebuah film.” Dengan demikian, sudut pengambilan gambar lebih dari sekadar teknis; ia adalah strategi visual yang

menentukan cara audiens memahami makna dari sebuah adegan. Beberapa sudut kamera yang umum digunakan antara lain:

1) *Eye Level*

Kamera sejajar dengan mata subjek, menciptakan kesan netral dan alami, seolah penonton berada di posisi yang sama dengan subjek. Teknik ini ideal untuk adegan percakapan atau ekspresi yang jujur.



Gambar 2. 10 Eye Level
Sumber: Website Soundtripes

2) *High Angle*

Kamera diposisikan di atas subjek dan mengarah ke bawah, memberikan kesan subjek tampak lemah, kecil, atau tidak berdaya. Sudut ini digunakan untuk menyoroti kerentanan karakter.



Gambar 2. 11 High Angle
Sumber: Website Soundtripes

3) *Low Angle*

Kamera diposisikan di bawah subjek dan mengarah ke atas, memberikan kesan dominasi, kekuatan, atau superioritas pada subjek.



Gambar 2. 12 Low Angle
Sumber: Website Soundtripes

4) *Over the Shoulder (OTS)*

Kamera merekam dari belakang bahu seseorang, sering digunakan dalam percakapan dua arah untuk menunjukkan perspektif karakter lain.



Gambar 2. 13 Over the shoulder
Sumber: Website Soundtripes

5) *Bird's Eye View*

Pengambilan gambar dari atas secara vertikal, memberikan pandangan luas yang efektif untuk menunjukkan lokasi atau situasi secara keseluruhan.



Gambar 2. 14 Birds Eye View
Sumber: Website Soundtripes

6) *Dutch Angle (Tilted Shot)*

Kamera dimiringkan untuk menciptakan efek ketegangan, ketidakstabilan, atau kebingungan, sering digunakan dalam adegan dramatis atau psikologis.



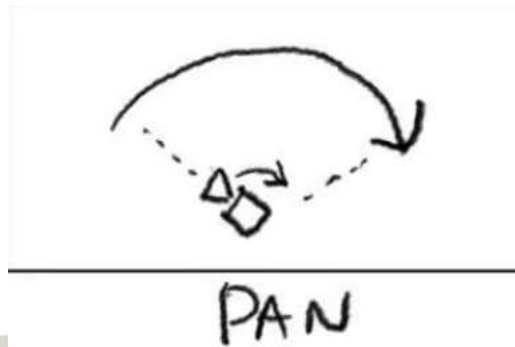
Gambar 2. 15 Dutch Angle
Sumber: Website Soundtripes

2.3.3 Teknik Pergerakan Kamera

Pergerakan kamera (*camera movement*) adalah teknik pengambilan gambar dinamis yang membangun ritme visual, memperkuat atmosfer, dan mengembangkan alur naratif. Teknik ini tidak hanya berfungsi secara estetik, tetapi juga berperan penting dalam mengarahkan perhatian penonton dan memperdalam keterlibatan emosional mereka. Pebrianto Saputra & Manesah (2025) menyatakan, "Pergerakan kamera (*camera movement*) merupakan elemen fundamental dalam sinematografi yang memengaruhi estetika dan dinamika visual sebuah film. Teknik ini memiliki peran krusial dalam menciptakan suasana, dinamika, dan kedalaman visual." Hal ini menegaskan bahwa penggunaan gerakan kamera yang tepat dapat mengoptimalkan penyampaian pesan secara visual. Beberapa jenis pergerakan kamera yang umum digunakan antara lain:

1) *Pan*

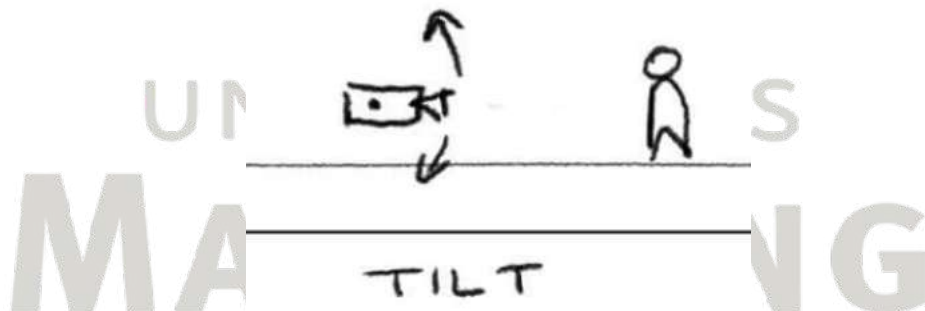
Kamera berputar secara horizontal dari posisi tetap. *Pan* digunakan untuk mengikuti gerakan subjek atau memperlihatkan ruang di sekitar secara perlahan.



Gambar 2. 16 ilustrasi panning
Sumber: Website Boords

2) *Tilt*

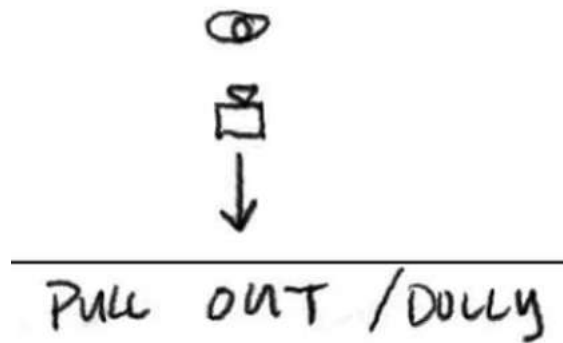
Kamera berputar secara horizontal dari posisi tetap. Teknik ini digunakan untuk mengikuti gerakan subjek atau memperlihatkan area di sekitarnya secara perlahan.



Gambar 2. 17 Ilustrasi Tilt
Sumber: Website Boords

3) *Dolly (Tracking Shot)*

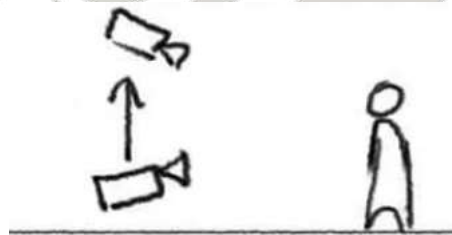
Dolly (Tracking Shot): Kamera bergerak maju atau mundur mengikuti subjek dengan bantuan alat seperti *dolly* atau *slider*. Gerakan ini menciptakan kesan kedekatan emosional atau ketegangan.



Gambar 2. 18 Ilustrasi Dolly
Sumber: Website Boords

4) *Crane (Jib Movement)*

Kamera naik atau turun menggunakan *crane* atau *jib*, memberikan pandangan dramatis dari atas atau bawah. Umumnya digunakan untuk transisi atau adegan klimaks.



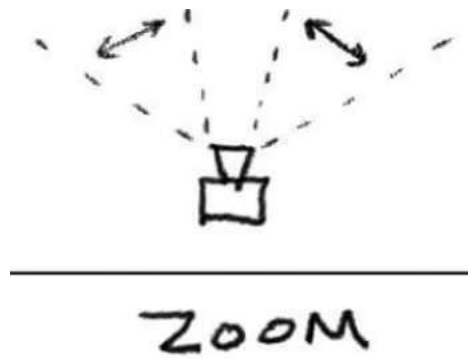
Gambar 2. 19 Ilustrasi Jib
Sumber: Website Boords

5) *Handheld*

Kamera digerakkan secara manual tanpa stabilizer. Gaya ini memberikan kesan mentah, realistis, atau emosional, cocok untuk adegan yang bersifat intim atau dokumenter.

6) *Zoom*

Bukan gerakan fisik kamera, melainkan perubahan panjang fokus lensa. *Zoom* digunakan untuk menekankan objek penting atau menyampaikan perasaan intensitas.



Gambar 2. 20 Ilustrasi Zoom
Sumber: Website Boords

7) *Steadycam*

Menggunakan alat penstabil khusus untuk menghasilkan gerakan kamera yang halus meskipun bergerak bebas. Cocok untuk pengambilan gambar panjang atau dinamis tanpa getaran.

2.3.4 Pencahayaan

Pencahayaan merupakan elemen yang sangat penting dalam pembuatan video karena mengatur nuansa, suasana hati, dan fokus perhatian visual. Pencahayaan tidak hanya berfungsi untuk menerangi subjek, tetapi juga berperan besar dalam membentuk kesan emosional, memberikan petunjuk waktu, dan menjaga konsistensi visual. Millerson & Owens (2008) menyatakan, "Pencahayaan sangat krusial dalam produksi video, tidak hanya untuk menerangi subjek, tetapi juga untuk menciptakan suasana, menunjukkan waktu, mengarahkan perhatian, dan membangun kesinambungan visual." Pernyataan ini menegaskan bahwa pencahayaan adalah elemen teknis sekaligus estetis yang sangat mempengaruhi kualitas penyampaian pesan visual. Jenis pencahayaan yang umum digunakan dalam video antara lain:

1) *Key Light*

Cahaya utama yang menjadi sumber penerangan paling kuat untuk subjek. Posisi dan intensitasnya sangat mempengaruhi tampilan akhir subjek.

2) *Fill Light*

Digunakan untuk mengurangi bayangan yang dihasilkan oleh *key light*. *Fill light* menciptakan keseimbangan pencahayaan dan menghindari kontras yang terlalu tajam.

3) *Back Light (Rim Light)*

Diposisikan di belakang subjek untuk menciptakan garis cahaya di tepian subjek, memberikan kedalaman visual dan memisahkannya dari latar belakang.

4) *Natural Light*

Memanfaatkan cahaya matahari sebagai sumber utama. Teknik ini cocok untuk pengambilan gambar luar ruangan yang menginginkan kesan realistis dan lembut.

5) *Low Key Lighting*

Menggunakan pencahayaan minimal dengan kontras tinggi, sering digunakan untuk menciptakan suasana dramatis, misterius, atau emosional.

6) *High Key Lighting*

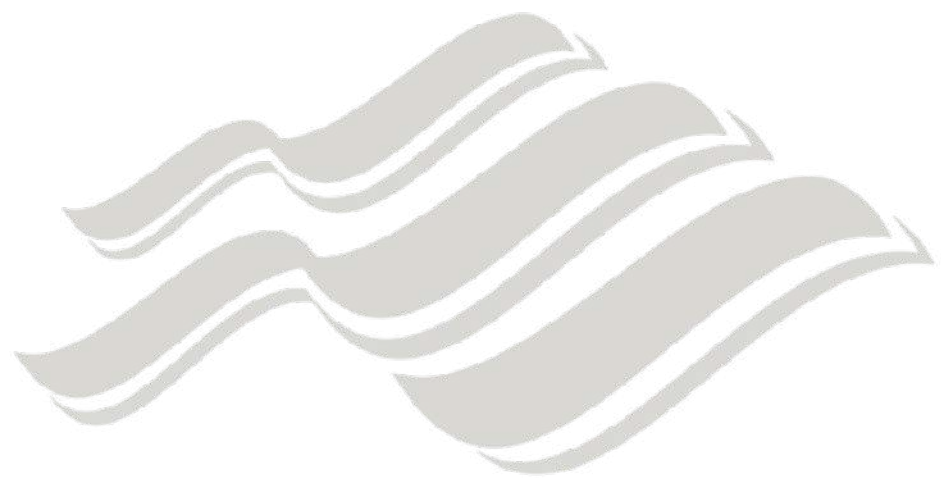
Menghasilkan tampilan yang sangat terang dengan sedikit bayangan, umumnya digunakan untuk adegan yang ceria, ringan, atau penuh harapan.

2.3.5 Video Musik

Video musik adalah bentuk visualisasi dari lagu yang bertujuan untuk memperkuat pesan, emosi, dan estetika yang ingin disampaikan oleh musisi. Menurut Vernallis (2004), video musik tidak sekadar alat promosi, tetapi juga media ekspresif yang memungkinkan eksplorasi visual terhadap narasi, ritme, dan emosi lagu.

Hal ini sejalan dengan penelitian Kjus (2018) yang menyatakan, "Tentu saja, seniman juga memproduksi gambar, video, dan konten media daring yang menyertai musik mereka, menunjukkan adanya kebutuhan untuk memperkuat

komunikasi sonik dengan audiens mereka." Pernyataan ini menunjukkan bahwa video musik telah berkembang menjadi bentuk seni tersendiri. Dengan kemajuan teknologi digital, video musik kini mudah diakses melalui platform seperti YouTube, yang secara signifikan mengubah cara konsumsi musik di seluruh dunia.



UNIVERSITAS
MA CHUNG

BAB III

METODE

3.1 Metode Perancangan

Metode perancangan yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah deskriptif-kualitatif, dengan pendekatan seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Fokus utamanya adalah memahami makna, pengalaman, dan interpretasi subjek penelitian. Sandelowski (2000) menyatakan, "Deskripsi kualitatif sangat cocok untuk studi yang bertujuan memberikan gambaran langsung tentang fenomena menggunakan bahasa sehari-hari. Pendekatan ini berfokus pada pemahaman pengalaman, makna, dan interpretasi, bukan pada generalisasi statistik." Desain perancangan ini bersifat eksploratif dan bertujuan memecahkan masalah visual melalui proses observasi, pengumpulan data, perumusan konsep, hingga produksi akhir berupa video musik. Langkah-langkah ini dilakukan secara terstruktur dan sistematis untuk menghasilkan solusi kreatif yang efektif dan komunikatif.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan tiga metode utama:

1) Wawancara

Metode ini esensial untuk menggali informasi mendalam dan perspektif langsung dari sumber utama. Wawancara akan dilakukan dengan anggota band Slowright. Tujuannya adalah untuk memahami secara komprehensif visi mereka terhadap lagu "Side by Side", termasuk pesan inti, referensi visual atau musikal yang menjadi inspirasi, serta target audiens yang ingin dijangkau. Wawancara ini memastikan bahwa video musik yang dirancang akan sepenuhnya selaras dengan identitas artistik, nilai-nilai, dan tujuan promosi band. Pertanyaan yang diajukan dirancang untuk mendorong diskusi, sehingga band dapat mengungkapkan ide,

preferensi, dan nuansa emosional yang mungkin tidak tersirat dari lirik atau musik saja. Hasil wawancara ini akan menjadi landasan utama untuk mengembangkan konsep visual, *moodboard*, dan *storyboard*, memastikan video musik "Side by Side" menjadi representasi otentik dari Slowright.

2) Observasi

Metode ini berfokus pada pengamatan langsung dan sistematis terhadap aspek visual yang relevan untuk perancangan video musik "Side by Side". Melalui observasi, penulis dapat memahami tren, preferensi, dan potensi visual di lingkungan nyata maupun di platform digital yang sesuai dengan promosi band.

3) Dokumentasi

Metode ini melibatkan pengumpulan informasi tertulis dan visual yang sudah ada. Penulis akan melakukan studi mendalam terhadap berbagai sumber relevan untuk dijadikan referensi. Proses ini mencakup analisis lirik lagu "Side by Side" untuk memahami narasi, emosi, dan pesan utamanya. Penulis juga akan meninjau diskografi dan branding visual Slowright sebelumnya, seperti logo, tipografi, dan skema warna, untuk memastikan video musik baru ini kohesif dengan identitas band. Terakhir, penulis akan melakukan studi perbandingan terhadap video musik lain dalam genre serupa untuk mendapatkan inspirasi teknik visual dan narasi yang efektif, sekaligus menghindari klise yang umum. Dengan dokumentasi ini, penulis dapat membangun kerangka konseptual yang kuat, memastikan video musik "Side by Side" orisinal, relevan, dan mampu menyampaikan pesan lagu secara visual.

3.4 Metode Analisis dan Sintesis Konsep

3.4.1 Analisa Data

Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif-kualitatif, yang menggabungkan data dari observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Tujuannya adalah mengidentifikasi kebutuhan visual yang sesuai dengan lagu "Side by Side", memahami gaya komunikasi visual band, dan mengenali preferensi estetika audiens target.

Analisis data akan menggunakan pendekatan 5W+1H (What, Who, Where, When, Why, How):

1. What (Apa): Menganalisis inti proyek, yaitu perancangan video musik "Side by Side" sebagai alat promosi. Ini mencakup identifikasi karakteristik lagu, pesan utama (loyalitas dan persahabatan), dan elemen visual yang relevan.
2. Who (Siapa): Mengidentifikasi pihak yang terlibat (band Slowright, audiens target, tim produksi) dan peran mereka. Analisis ini juga mencakup profil band, genre musik, dan identitas artistik.
3. Where (Di mana): Menentukan lokasi potensial untuk pengambilan gambar dan menganalisis bagaimana lingkungan tersebut dapat mendukung narasi dan estetika visual yang diinginkan.
4. When (Kapan): Mempertimbangkan jadwal proyek, termasuk pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi, serta relevansi waktu rilis dengan momentum industri musik.
5. Why (Mengapa): Menjelaskan pentingnya video musik ini sebagai media promosi, termasuk urgensi memvisualisasikan lirik, memperkuat ikatan emosional dengan audiens, dan meningkatkan eksposur band di platform digital.

6. How (Bagaimana): Menguraikan bagaimana perancangan dan produksi video musik akan dilakukan, mulai dari pemilihan teknik sinematografi, konsep visual, hingga proses implementasi dari *moodboard* dan *storyboard* ke hasil akhir.

Dari hasil wawancara, penulis akan mengekstrak poin-poin kunci mengenai visi artistik band, pesan utama lagu, dan preferensi visual. Dari observasi, penulis akan fokus pada tren visual dominan yang relevan dengan genre hip-hop/rap, serta karakteristik lokasi syuting. Sementara itu, dari dokumentasi, penulis akan menyoroti tema inti lirik dan elemen *branding* Slowright yang paling menonjol. Tujuan analisis ini adalah membentuk inti data yang padat dan terfokus, yang kemudian akan disintesis menjadi konsep perancangan.

3.4.2 Sintesis Konsep

Hasil analisis akan diolah melalui tahap sintesis konsep, yaitu proses menggabungkan data objektif dengan interpretasi subjektif dan intuisi kreatif. Di tahap ini, gagasan visual dirumuskan menjadi konsep utama (*big idea*) yang menjadi benang merah seluruh video musik. Konsep ini mencakup narasi visual, gaya sinematografi, pilihan warna dominan, dan simbol visual yang merepresentasikan makna mendalam lagu. Menurut Landa (2010), sintesis dalam desain adalah tahap yang mengintegrasikan informasi faktual dengan pemikiran konseptual, menghasilkan solusi visual yang tidak hanya estetik, tetapi juga komunikatif dan bermakna. Dalam konteks video musik "Side by Side", hasil sintesis ini diwujudkan dalam *storyboard*, *moodboard*, serta *treatment* visual yang akan menjadi panduan produksi. Sintesis ini memastikan konsep visual sejalan dengan musik dan lirik lagu, serta mendukung citra Slowright secara menyeluruh.

3.5 Tahapan Perancangan

Tahapan perancangan dalam penelitian ini mengikuti tiga fase umum dalam pembuatan video musik, yaitu pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi, seperti yang dijelaskan oleh (Millerson & Owens, 2008).

3.5.1 Pra Produksi

Fase ini adalah persiapan material sebelum proses produksi dimulai. Peneliti akan berdiskusi secara intensif dengan band Slowright. Tahapan pra-produksi meliputi:

- 1) Pengembangan Konsep dan ide cerita

Tahap ini melibatkan diskusi mendalam untuk menggali pesan utamalagi "Side by Side". Kami akan menentukan cara lirik lagu divisualisasikan secara efektif, serta mendefinisikan suasana (*mood*) dan gaya yang diinginkan untuk video. Meskipun video musik jarang memiliki dialog, tahap ini juga mencakup penulisan naskah atau skrip dalam bentuk *treatment*. *Treatment* ini berfungsi sebagai narasi besar yang menjelaskan urutan adegan, elemen visual kunci, dan bagaimana setiap adegan berkontribusi pada cerita. Diskusi langsung dengan Slowright sangat penting untuk memastikan visi kreatif video sejalan dengan identitas dan tujuan mereka.

- 2) Pengumpulan dan Analisa Data

Fase ini melibatkan pengumpulan informasi esensial melalui tiga metode. Pertama, wawancara langsung dengan anggota band untuk memahami visi mereka, pesan lagu, referensi visual, dan target audiens. Kedua, observasi yang fokus pada tren video musik hip-hop/rap populer dan gaya visual yang efektif. Terakhir, dokumentasi yang mencakup analisis mendalam terhadap lirik lagu, *branding* visual Slowright, dan video musik lain sebagai referensi. Semua data ini kemudian dianalisis untuk membentuk kerangka konseptual yang kuat.

3) Perancangan Visual (*Moodboard* dan *Storyboard*)

Perancangan dimulai dengan *Moodboard*, kompilasi visual berisi gambar, palet warna, tipografi, dan tekstur yang merepresentasikan suasana dan estetika video. Setelah arah visual ditetapkan, dilanjutkan dengan pembuatan *Storyboard*, yaitu rangkaian sketsa adegan berurutan yang dilengkapi deskripsi aksi, pergerakan kamera, dan detail teknis. Pendekatan ini memastikan setiap adegan direncanakan dengan presisi.

4) Perencanaan Logistik dan teknis

Tahap ini adalah fondasi operasional pra-produksi. Dimulai dengan Anggaran (*Budgeting*) untuk menaksir biaya keseluruhan, Penjadwalan (*Scheduling*) yang merinci waktu syuting dan persiapan, dan Casting jika diperlukan. Tim juga akan melakukan Survei Lokasi (*Location Scouting & Recce*) untuk mengamankan lokasi, mengevaluasi kondisi, dan merencanakan penempatan peralatan. Peralatan (*Equipment Planning*) akan disiapkan secara rinci, dan Pembentukan Tim Produksi dilakukan untuk menentukan peran dan tanggung jawab. Terakhir, semua perizinan akan diurus. Tahap ini memastikan semua elemen terkoordinasi dengan baik sebelum produksi dimulai.

3.5.2 Produksi

Tahap produksi adalah inti dari proyek ini, di mana semua perencanaan pra-produksi diwujudkan menjadi rekaman visual dan audio.

1) Pengambilan Gambar (*Shooting*)

Ini adalah aktivitas utama di mana adegan yang sudah dirancang dalam *storyboard* dan *moodboard* direkam. Anggota band dan pemeran akan berakting sesuai arahan sutradara, sementara tim kamera dan pencahayaan bekerja untuk menghasilkan visual yang optimal sesuai *mood* yang diinginkan.

2) Perekaman Audio

Meskipun video musik menggunakan audio lagu yang sudah jadi, perekaman audio tambahan di lokasi (*wild sound* atau *ambience*) terkadang dibutuhkan untuk menambah realisme atau efek suara o.

3) Pengelolaan Set dan Logistik

Tim produksi bertanggung jawab atas penataan properti, keselamatan kru dan pemeran, serta menjaga jadwal agar tetap efisien. Logistik harian, seperti katering dan transportasi, juga menjadi bagian penting.

4) Pengambilan Gambar Tambahan (*B-Roll* dan *Cutaways*)

Selain adegan utama, pengambilan gambar B-roll sering dilakukan untuk mendukung narasi atau memberikan variasi visual, seperti detail objek atau *establishing shot*.

3.5.3 Paska Produksi

Tahap pasca-produksi adalah fase akhir di mana semua rekaman dari tahap produksi disatukan dan disempurnakan.

1) Penyuntingan Gambar (*Video Editing*)

Semua rekaman mentah diimpor ke dalam perangkat lunak *editing* (seperti Adobe Premiere Pro, DaVinci Resolve). Editor akan memilih *shot* terbaik, memotong bagian yang tidak perlu, dan menyusunnya menjadi urutan yang kohesif sesuai *storyboard* dan irama lagu.

2) Koreksi Warna dan *Color Grading*

Setelah *editing* dasar, gambar dikoreksi warnanya agar konsisten. Selanjutnya, *color grading* diterapkan untuk menciptakan *mood* visual tertentu yang sesuai dengan *moodboard*.

3) Sound Design dan Audio Mixing

Selain lagu utama, elemen audio lain seperti efek suara, *foley*, dan *voice-over* (jika ada) ditambahkan. Semua elemen ini di-*mixing* untuk memastikan volume yang seimbang dan kualitas audio yang optimal.

4) Penambahan Efek Visual (VFX)

Efek khusus, grafis bergerak, atau elemen digital lainnya ditambahkan di tahap ini jika diperlukan.

5) Compositing

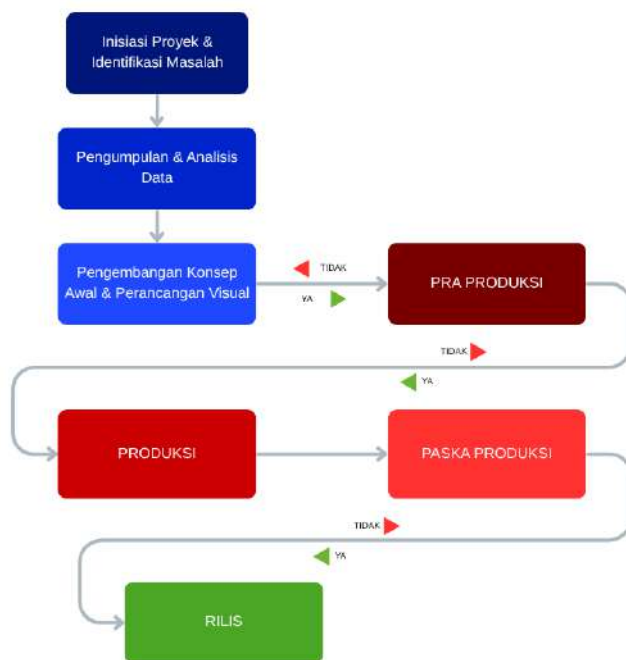
Menggabungkan berbagai elemen visual dari sumber berbeda menjadi satu gambar yang kohesif.

6) Finalisasi dan Exporting

Setelah semua penyesuaian visual dan audio selesai, proyek di-render atau di-*export* ke format file yang sesuai untuk distribusi di platform seperti YouTube atau Instagram.

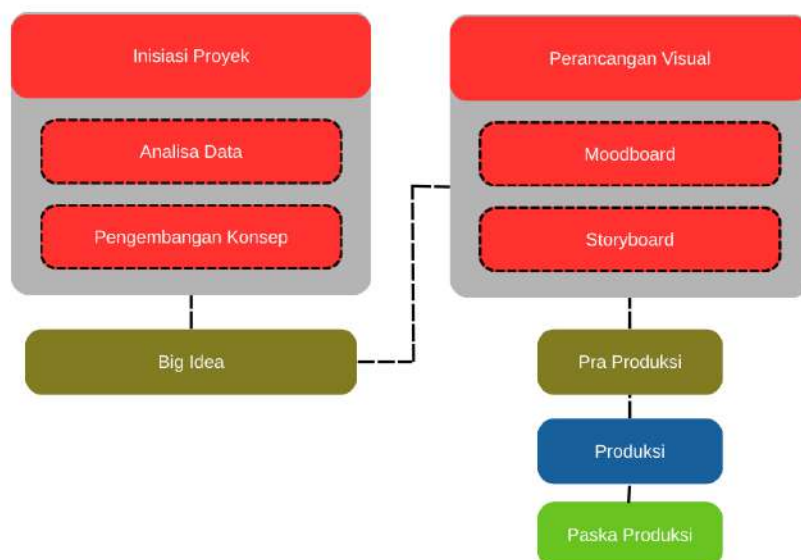
3.6 Bagan Alir Perancangan

Berdasarkan uraian yang telah dilakukan di atas, penulis membuat skema atau bagan alir perancangan sebagai acuan yang berguna dalam proses pembuatan video musik untuk lagu yang telah dipilih agar sesuai dengan kebutuhan berdasarkan hasil penelitian. Berikut adalah bagan alir perancangan dalam pembuatan video musik:



Gambar 3. 1 Bagan Alir Perancangan
Sumber: Data penulis

3.7 Strategi Perancangan



Gambar 3. 2 Bagan Strategi Perancangan
Sumber: Data Penulis

Perancangan video musik "Side by Side" akan mengadopsi *Cyclic Strategy*, sebuah pendekatan iteratif yang memastikan setiap tahapan saling mendukung dan dapat disempurnakan berdasarkan umpan balik. Proses ini dimulai dengan Inisiasi Proyek dan Identifikasi Masalah, di mana kebutuhan Slowright akan visualisasi lirik yang kuat dan media promosi yang efektif di tengah ketatnya persaingan digital diuraikan. Selanjutnya, dilakukan Pengumpulan dan Analisis Data secara komprehensif melalui wawancara dengan band untuk menggali visi mereka, observasi tren video musik dan preferensi audiens, serta dokumentasi lirik lagu dan *branding* band, semua data ini kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk membentuk pemahaman yang mendalam. Dari analisis tersebut, berlanjut ke Pengembangan Konsep Awal dan Perancangan Visual yang lebih detail dalam bentuk *moodboard* untuk estetika dan *storyboard* untuk narasi visual *scene story* kunci.

Setelah konsep visual matang, tahapan Pra-Produksi dimulai dengan perencanaan detail seperti survei lokasi, penyiapan *equipment*, hingga penyusunan jadwal. Kemudian, Produksi dilakukan melalui proses pengambilan gambar di lokasi yang telah ditentukan. Hasil rekaman ini lalu masuk ke tahap Pasca-Produksi untuk *editing*, *color grading*, dan penyempurnaan audio-visual. Uniknya, dalam strategi siklik ini, setelah draf video musik selesai, akan ada Evaluasi dan Umpan Balik Internal dengan band. Jika ada area yang perlu perbaikan, proses dapat berputar kembali ke tahap perancangan visual atau pasca produksi untuk revisi, menunjukkan fleksibilitas dan adaptasi dalam alur kerja. Setelah video final disetujui, dilakukan Finalisasi dan Rilis Video Musik, diikuti dengan Promosi dan Distribusi ke berbagai platform, termasuk memanfaatkan *merchandise* seperti kaset, *totebag*, dan *sticker pack* sebagai media pendukung. Terakhir, Evaluasi Efektivitas Promosi dilakukan untuk mengukur keberhasilan dan menarik pembelajaran yang akan menjadi bekal untuk proyek-proyek Slowright di masa mendatang, menjadikan seluruh proses sebagai siklus pembelajaran dan pengembangan yang berkelanjutan.

3.8 Target dan Indikator Capaian

Tabel 3. 1 Target dan Indikator Capaian Penelitian

No.	Jenis luaran			Indikator Capaian (kuantitas, kualitas, dan/atau spesifikasi teknis)
	Jenis	Kategori	Sub Kategori	
1	Videografi	Non Fiksi	Video musik " <i>Side by Side</i> " band Slowright	Video musik 1 full HD dengan durasi 4 menit
		Media	Kaset	
			<i>Totebag</i>	
			Puzzle	
			Pembatas Buku dengan Penggaris	
			<i>Bendera</i>	
			<i>Sticker Pack</i>	
2	Laporan Tugas Akhir	-	-	Draft Laporan Tugas Akhir untuk Ujian Tugas Akhir
3	Pameran	-	-	Pameran dilaksanakan selama 2 hari di Gedung Bakti Persada Universitas Ma Chung memuat seluruh luaran desain
4	Naskah Publikasi Ilmiah	-	-	Jurnal Perancangan

3.9 Jadwal Kegiatan Penelitian

Tabel 3. 2 Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan											
		Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Latar belakang												
2	Identifikasi												
3	Analisis												
4	Praproduksi												
5	Produksi												
6	Paska Produksi												
8	Ujian												

UNIVERSITAS
MA CHUNG

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengumpulan Data dan Identifikasi Data

Untuk memastikan perancangan video musik "Side by Side" efektif sebagai media promosi, data dikumpulkan secara komprehensif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dengan anggota Slowright dilakukan untuk menggali visi mereka, pesan lagu, referensi visual, dan target audiens. Observasi berfokus pada tren video musik hip-hop, gaya visual yang relevan, dan preferensi audiens. Terakhir, dokumentasi melibatkan studi mendalam terhadap lirik, diskografi Slowright, dan *visual branding* mereka.

4.1.1 Profil Band Slowright

Band Slowright, yang berasal dari Malang, baru saja merilis lagu "Side By Side". Sama seperti single sebelumnya, "High & Low" (Agustus 2023), rilis ini dikelola oleh DoggyHouse Records dari Yogyakarta. Slowright, yang beranggotakan Sandy Armita (vokal), Mochamad Raja Sandyapura (gitar), dan Fandi Bagus Tofani (drum), secara langsung menggarap komposisi lagu ini



Gambar 4. 1 Personil Band Slowright
Sumber: Data Penulis

Lagu ini menampilkan perpaduan gaya khas Slowright, yaitu reggae, ska, punk, dan hip-hop. Bagian awal lagu menampilkan nuansa *modern sounds* yang memadukan elemen pop, reggae, dan hip-hop, dengan efek *dub* di beberapa segmen. Keunikan lagu ini terletak pada notasi yang menarik dan vokal rap yang dieksekusi dengan baik. Produksi “Side By Side” dibantu oleh Fifan Christa dari Pops You Good Studio, yang berperan sebagai produser.

4.1.2 Hasil Wawancara

Wawancara dengan anggota Slowright mengungkap poin-poin penting:

1. Pesan Inti Lagu: Lagu ini adalah wujud penghargaan tulus terhadap persahabatan, merayakan ikatan empat individu yang tak tergoyahkan. Lagu ini menggambarkan dukungan dalam suka dan duka, menciptakan ruang aman bagi mereka untuk menjadi diri sendiri.
2. Referensi Visual dan Musikal: Band ini terinspirasi oleh estetika video musik hip-hop era 90-an yang menonjolkan *chemistry* antarpersonel. Mereka menginginkan visual yang kasual namun sinematik.
3. Target Audiens: Target audiens utama Slowright adalah remaja hingga dewasa muda (usia 18-30 tahun) yang menghargai konten autentik.
4. Identitas Artistik Band: Identitas Artistik Band: Video musik diharapkan sejalan dengan identitas, nilai-nilai, dan tujuan promosi band. Wawancara membantu menggali ide dan nuansa emosional yang tidak tersirat dari lirik.

4.2 Analisis Data

Setelah tahap pengumpulan data yang komprehensif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, penulis melakukan analisis data secara mendalam untuk mengidentifikasi informasi kunci yang akan menjadi fondasi perancangan video musik "Side by Side". Analisis ini dilakukan menggunakan pendekatan 5W+1H:

1. What (Apa): Video musik "Side by Side" akan memvisualisasikan lirik lagu yang berpusat pada tema loyalitas dan dukungan dalam persahabatan, dengan nuansa kasual namun sinematik yang terinspirasi dari video musik hip-hop era 90-an.
2. Who (Siapa): Proyek ini melibatkan band Slowright sebagai subjek utama, dengan target audiens remaja hingga dewasa muda (18-30 tahun) yang mencari konten autentik. Tim produksi akan mengimplementasikan visi band dan memenuhi preferensi audiens.
3. Where (Di mana): Lokasi *shooting* akan dilakukan di Toko Avia Kota Malang (area dalam toko dan parkir) dan Eleven Clan Burger Kota Malang. Pemilihan lokasi ini mendukung narasi persahabatan sehari-hari dan kebersamaan di luar jam kerja.
4. When (Kapan): Proses perancangan dan produksi dilaksanakan sesuai jadwal yang telah ditentukan, dengan *shooting* dilakukan pada tanggal 20 Juni 2025.
5. Why (Mengapa): Urgensi pembuatan video musik ini adalah untuk mengatasi keterbatasan medium audio saja dalam menyampaikan pesan dan emosi lagu secara penuh, memenuhi kebutuhan audiens modern akan pengalaman yang lebih menyeluruh, dan menjadi alat promosi vital untuk memperkuat posisi Slowright di industri musik independen Indonesia.
6. How (Bagaimana): Perancangan akan melibatkan pengembangan konsep, moodboard, dan storyboard. Produksi akan fokus pada pengambilan gambar yang autentik dan dinamis, sementara pasca-produksi akan menggunakan *software* profesional untuk *editing*, *color grading*, dan penambahan efek yang sesuai dengan estetika hip-hop/rap.

Hasil observasi menunjukkan bahwa video musik hip-hop/rap saat ini banyak menggunakan narasi kuat, transisi dinamis, dan palet warna cerah. Interaksi nyata dan lokasi otentik lebih disukai daripada set studio. Dari lirik lagu, tema utama yang teridentifikasi adalah kepercayaan, kebersamaan, dan komitmen. *Branding* visual Slowright juga memiliki ciri khas seperti logo *edgy* dan tipografi modern. Analisis

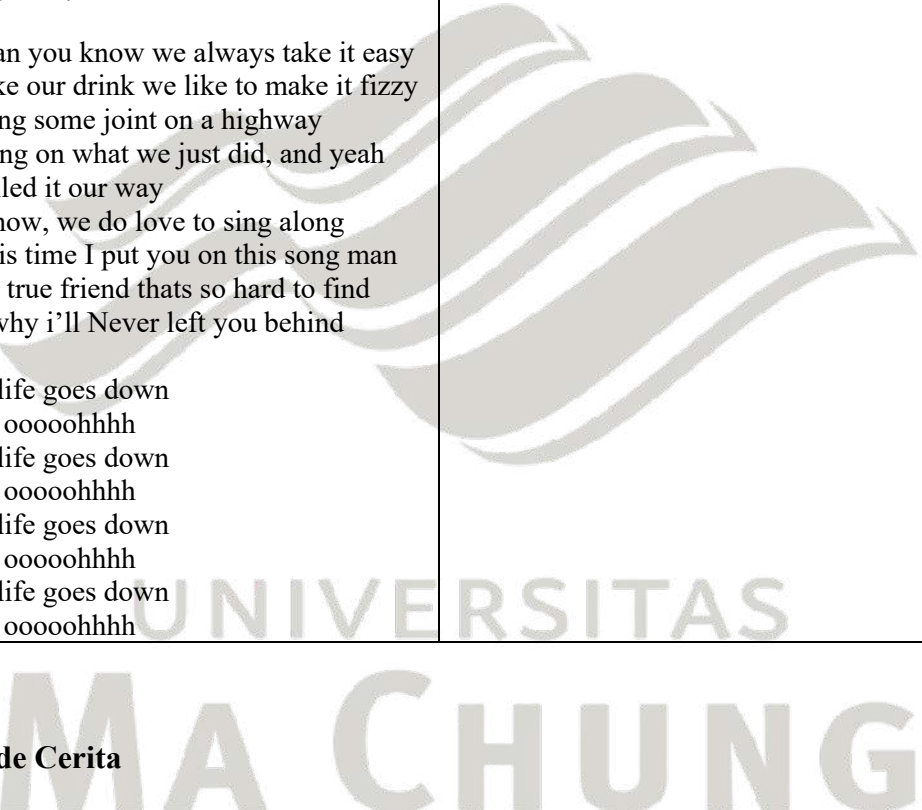
ini membentuk kerangka konseptual yang solid, memastikan video musik "Side by Side" tidak hanya menarik secara visual tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan dan mempromosikan band.

4.3 Pra Produksi

4.3.1 Lirik dan Makna Lagu

Tabel 4. 1 Lirik dan Makna

Lirik	Makna
Versel: Always with you my friend Its either good time to spend maybe bad time to share but its time to care always side by side no matter what (what!) Even day or night you're all I got maaannn when life gets you down maybe you feel like no way out you can tell me man I'm all ears just to hear you out cause in this journey of life Together we can share a ride whenever you're feeling the world is on your shoulder And everybody's telling you to be stronger but with me you don't need to pretend just come as you are so we can talk as a friend maaann you can tell me like anything i won't judge, love to hear your stupid silly thing Yeah you should know whatever you do man I will always be there for you Reff/hook: I just wanna be with you my friend I just wanna be with you my friend You always got my back when I got trouble over me	Lagu ini adalah sebuah penghargaan tulus untuk persahabatan sejati, yang merayakan ikatan yang tak tergoyahkan antara empat individu. Lirik nya menggambarkan hubungan di mana dukungan selalu ada, baik di saat suka maupun duka, menciptakan ruang aman bagi seseorang untuk menjadi diri sendiri tanpa perlu berpura-pura. Lagu ini menyoroti bagaimana teman sejati selalu ada untuk mendengarkan tanpa menghakimi, berbagi tawa, dan menghadapi tantangan hidup bersama, mengubah setiap momen bahkan perdebatan kecil menjadi kenangan berharga yang memperkuat komitmen mereka untuk tidak pernah saling meninggalkan.

I just wanna be with you my friend Verse2: sometimes we had a lot to argue About the music about the movie About the fit About the girl About the food About everything when it comes on your taste and I still remember vividly how you yelling at my face haaaa but man you know we always take it easy just like our drink we like to make it fizzy smoking some joint on a highway laughing on what we just did, and yeah we called it our way you know, we do love to sing along and this time I put you on this song man such a true friend thats so hard to find thats why i'll Never left you behind when life goes down we go oooooohhhh when life goes down we go oooooohhhh when life goes down we go oooooohhhh when life goes down we go oooooohhhh	
---	---

4.3.2 Ide Cerita

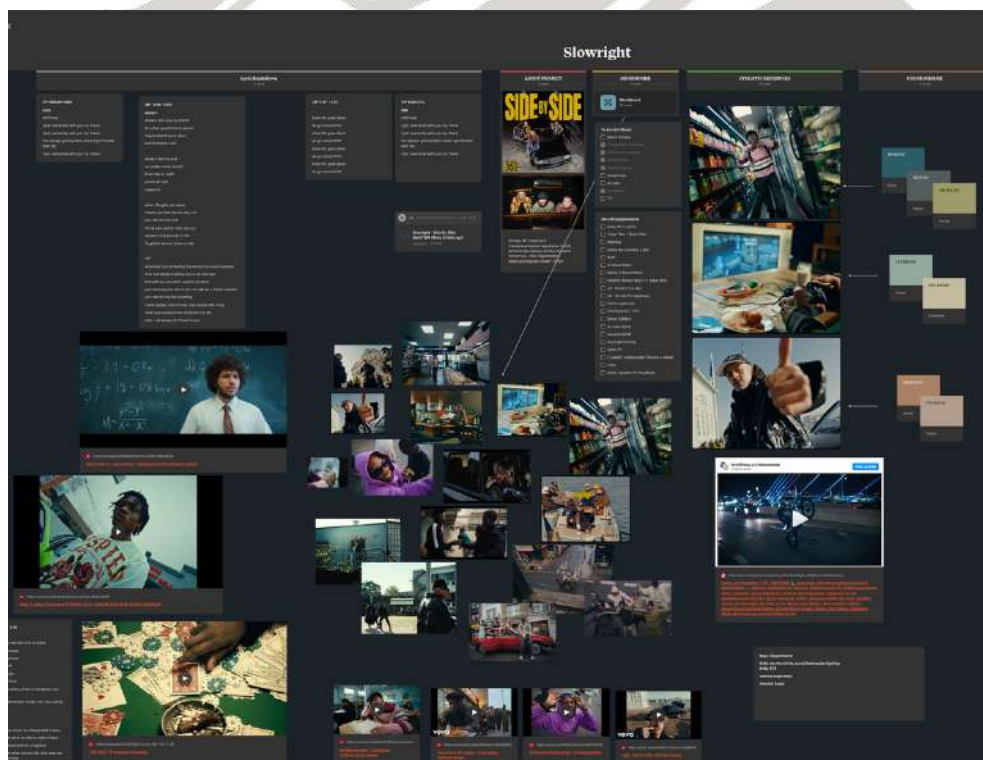
Ide cerita video musik ini berfokus pada persahabatan sejati. Video "Side by Side" akan menghidupkan esensi persahabatan yang diusung lagu hip-hop/rap ini. Ceritanya berpusat pada sekelompok teman yang bekerja di toko yang sama.

Adegan-adegan akan menangkap momen keseruan dan kebersamaan mereka saat bekerja, menampilkan interaksi yang otentik. Narasi visual juga diperkaya dengan cuplikan di luar jam kerja, seperti nongkrong, menyanyikan lagu bersama, dan bermain kartu. Setiap visual dirancang untuk menonjolkan kedalaman

persahabatan, menunjukkan bagaimana mereka selalu ada "side by side" dalam setiap aspek kehidupan.

4.3.3 Moodboard

Moodboard ini merupakan kompilasi visual yang menjadi panduan utama perancangan video, memastikan konsistensi artistik dan suasana yang tepat. Referensi visual dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk cuplikan video musik seperti “**Powers Pleasant - Shmoke ft. ASAP Ferg & Armani Caesar**”, yang menginspirasi pencahayaan dinamis dan kesan hangat. Transisi cepat dari video tersebut juga diadopsi untuk mencocokkan beat lagu, sementara estetika sinematik digunakan untuk menyampaikan interaksi yang otentik.



Gambar 4. 2 Moodboard
Sumber : Data Penulis

Moodboard juga mencakup konsep inti: representasi visual dari kehangatan persahabatan, energi urban, dan kebebasan berekspresi. Palet warna didominasi oleh warna hangat seperti oranye dan kuning, dipadukan dengan aksent biru tua

untuk kontras. Gaya visual mencakup pencahayaan natural dan sinematik, komposisi framing yang dinamis, serta tipografi modern. Semua elemen ini dirancang untuk menciptakan suasana yang energik dan otentik, selaras dengan genre hip-hop rap dan pesan persahabatan”.

4.3.4 Storyboard

Storyboard berfungsi sebagai panduan visual yang terperinci untuk setiap adegan. Setelah *moodboard* menentukan arah estetika, *storyboard* menerjemahkannya ke dalam urutan gambar sketsa dengan deskripsi *shot*, pergerakan kamera, dan durasi perkiraan. Setiap panel *storyboard* tidak hanya menampilkan visual, tetapi juga detail teknis lainnya, memastikan perencanaan yang presisi.

Untuk video musik "Side by Side", *storyboard* difokuskan pada beberapa **adegan kunci** yang memerlukan perencanaan visual yang sangat presisi, seperti interaksi di toko atau momen bermain kartu. Ini memastikan narasi dan emosi utama tersampaikan dengan jelas. Untuk bagian lain, seperti adegan *lipsync*, pengambilan gambar akan lebih fleksibel dan disesuaikan di lokasi, dengan tetap mengikuti konsep visual yang telah ditetapkan di *moodboard*. Pendekatan ini memungkinkan efisiensi produksi tanpa mengorbankan konsistensi artistik.

Bagian	Deskripsi
	Sandy berdiri di meja kasirnya sambil sibuk dengan komputer, suasana pagi hari dengan Sunkissed. Cam: High Angle, still

	Jono datang untuk cek stok barang. Cam: eye level, still
	Jono mengoceh ke sandy Cam: Eye level, still shaking
	Sandy mengamuk, dan melempat buku catatan ke jono Cam: eye level, still, over the shoulder
	Jono terkena lemparan, video pause, sesi pengenalan Jono pada paemirsa. Ket. Masuk ke musik drum, I just wanna... Came: eye level, still

	Aland sibuk sesuatu di toko, video pause, sesi pengenalan Aland pada pemirsa. Ket. I just wanna... Cam: low angle, Still
	Varrell nybat ganja di toilet, video pause, sesi pengenalan Varrell pada pemirsa. Ket. I just wanna.... Cam: Eye Level, Still
	Sandy sibuk sesuatu, video pause, sesi pengenalan Sandy pada pemirsa. Ket. I just wanna be with you my friend. Cam: Eye level, still
	Verse 1 Sandy mulai menyanyikan Verse 1 Ket. Always with you my friend.. Cam: Eye level, Still

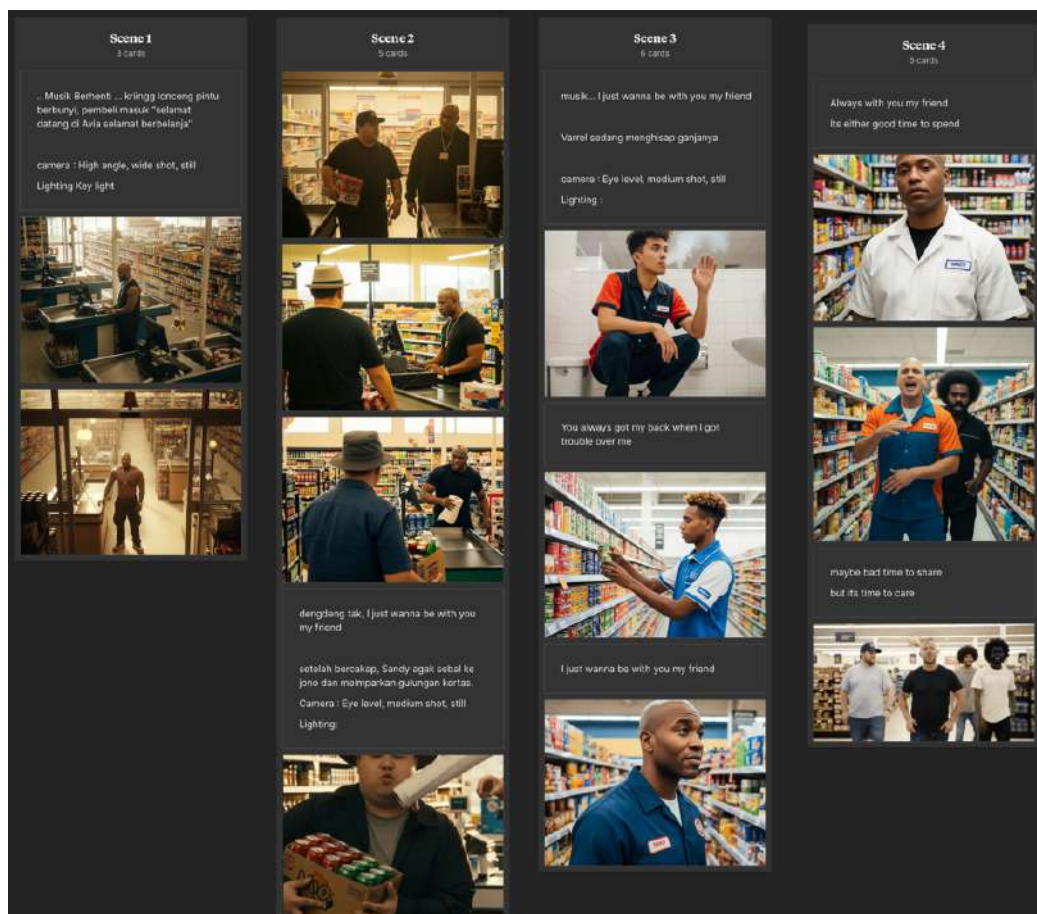
	Dst. Ket. It's either good time to spend, maybe... Cam: Eye level, still
---	---

Bagian	Deskripsi
	Verse 2 Varrell meniupkan rokoknya, suasana sedang dalam ruangan gelap, dan fokus. Ket. Sometimes we had... Cam: eye level, still
	Sandy meminum minumannya, ia terlihat fokus. ... 'bout an music, but a feed Cam: Low angle, still
	Mereka menaruh uang taruhan. Cam: Closeup, still
	Alland fokus pada meja pertaruhan dan bersiap untuk bertaruh Cam: eye level, still

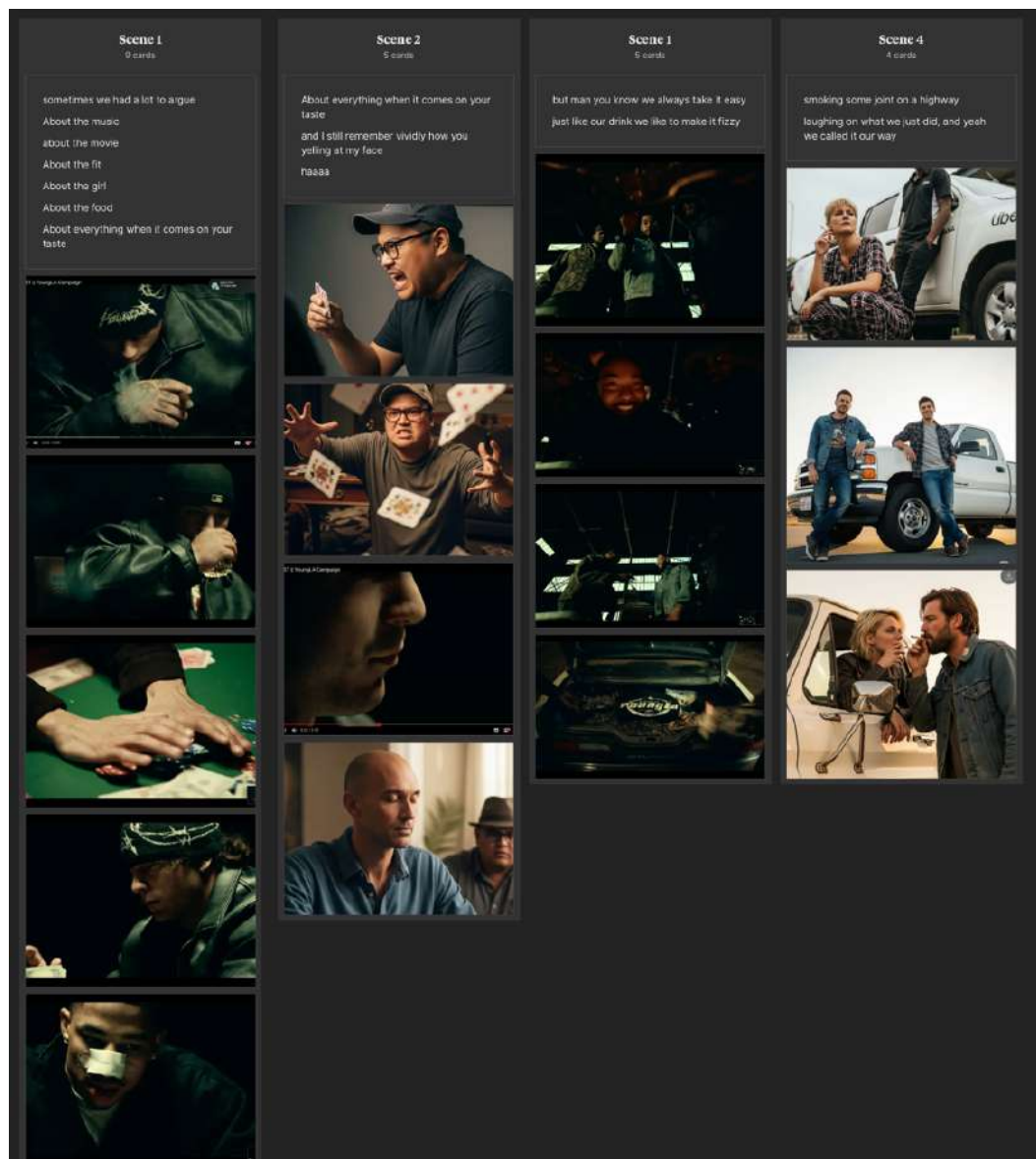
	Jono pun bersiap. Cam: Eye level, still
	Kamera menyorot permainan di meja kartu. Satu persatu mengeluarkan kartu. Came: High angle, Zoom in
	Kartu sandy terakhir adalah AS Came: High angle, Zoom in
	Jono kesal dan marah akan kealahannya Cam: eye level, still
	Jono mengekspresikan kealahannya Cam: eye level, still

		Jono mengumpat ke Sandy Cam: extreme closeup, still
		Sandy menerima umpatan tersebut dengan lapang dada. Cam: eye level, still, zoom in
		Mereka membuka, bagasi mobil. Cam: Low cam angle, still
		Mereka senang akan isi bagasi tersebut Cam: Low cam angle, still
		Adegan berpindah mereka merokok depan mobil Cam: Low cam angle, still

	Mereka menikmati suasana tersebut.
	Cam: Low cam angle, still



Gambar 4. 3 Storyboard
Sumber : Data Penulis



Gambar 4. 4 Storyboard
Sumber : Data Penulis

Dalam proses perancangan ini, teknologi *Artificial Intelligence* (AI) digunakan sebagai alat bantu untuk mempercepat visualisasi awal. Beberapa alat AI penghasil gambar digunakan untuk membuat sketsa adegan dengan cepat, terutama untuk bereksperimen dengan komposisi, pencahayaan, atau *blocking* karakter. Penggunaan AI ini bersifat suportif, berfungsi sebagai asisten kreatif yang membantu mempercepat proses iterasi visual dan menyediakan referensi awal yang dapat disempurnakan secara manual

4.3.5 Survey Lokasi (*Recce*)

Survei lokasi adalah tahap penting untuk memastikan kesesuaian dan kelancaran produksi. Untuk merefleksikan persahabatan yang otentik, lokasi syuting ditentukan di beberapa tempat relevan. Adegan sehari-hari di toko dan area parkir akan diambil di Toko Avia Kota Malang, memberikan latar belakang realistis. Eleven Clan Burger Kota Malang juga dipilih untuk menampilkan suasana nongkrong di luar jam kerja. Pemilihan lokasi ini mempertimbangkan aspek visual, aksesibilitas, dan perizinan.



Gambar 4. 5 Recce Toko Avia
Sumber: Data Penulis



Gambar 4. 6 Recce Toko Avia
Sumber: Data Penulis



Gambar 4. 7 Recce Eleven Clan Burger
Sumber: Data Penulis

4.3.6 Equipment

Untuk memastikan kualitas visual dan audio yang profesional dalam produksi video musik "*Side by Side*", pemilihan dan penggunaan peralatan *shooting* yang tepat menjadi prioritas utama. Setiap item dalam daftar peralatan

digunakan untuk mendukung visi kreatif dan kebutuhan teknis dari proses produksi video musik “*Side by Side*”. Peralatan ini mencakup kamera yang mampu merekam gambar berkualitas tinggi, lensa yang sesuai untuk berbagai jenis *shot* (mulai dari *wide* hingga *close-up*), serta perlengkapan pendukung lainnya seperti sistem pencahayaan untuk memastikan adegan terang dan memiliki *mood* yang diinginkan. Berikut adalah equipment yang digunakan selama proses pembuatan video:

1) Camera Sony FX3



Gambar 4. 8 Sony FX3

Sumber : Website Sony

2) Lensa Sony 24-70mm GM F/2.8 FE



Gambar 4. 9 Lensa Sony

Sumber : Website Sony

3) Lensa Sony 16-35mm ZEISS F/4 FE



Gambar 4. 10 Lensa Sony
Sumber : Website Sony

4) MMC CF Express Sony 80gb



Gambar 4. 11 Memory Card
Sumber : Website Sony

5) ROD



Gambar 4. 12 ROD
Sumber : Website Smallrig

6) V-Mount Plate + Extender D-tap



Gambar 4. 13 V-Mount Plate
Sumber: Website Smallrig

7) Battrey V-mount Nano



Gambar 4. 14 V-Mount Battrey
Sumber : Website FXLION

8) Cage Tilta for fx3 + Baseplate



Gambar 4. 15 Cage Tilta
Sumber : Website Tilta

9) Monitor Atomos Ninja V+



Gambar 4. 16 Monitor Atomos Ninja V+
Sumber : Website Atomos

10) Tripod E-Image GH 10L Package



Gambar 4. 17 Tripod E-Image
Sumber : Website E-Image

11) Aputure 300D II + standlight



Gambar 4. 18 Aputure 300D II
Sumber : Website Aputure

12) LED GVM 10Rs RGB



Gambar 4. 19 LED GVM RGB
Sumber : Website GVM

13) Godox TL60



Gambar 4. 20 Godox TL60
Sumber : Website Godox

4.3.7 Budgetting

Pembuatan video musik “Side by Side” yang dihasilkan melalui perancangan ini membutuhkan dana, baik untuk peralatan yang digunakan maupun proses selama pengambilan gambar. Berikut adalah gambaran dana yang dibutuhkan untuk berbagai kebutuhan dalam pembuatan video:

Tabel 4. 2 *Euipment*

No	Equipment	Harga Sewa 24 jam	Keterangan	Jumlah Harga
1	[Cinema Package] • Sony FX3 (2Batt, Charger) • Cage Tilta + Baseplate • MMC CF Express Sony 80gb • Matte BoxTilta Carbon • ROD • V-Mount Plate Smallrig + Extender D-Tap • Battery V-Mount Nano + Charger • Filter ND Tiffen 0,3 & 0,6 • Follow Focus Aoka + Ring Fokus • Lens Holder • Shoulder Pad + Dual Handle Smallrig • Tripod E-Image GH 10L Package • Monitor Atomos Ninja V+ Magic ARM, HDMI	1.550.000	1	1.550.000
2	Lensa Sony 24-70mm GM F/2.8 FE	250.000	1	250.000
3	Lensa Sony 16-35mm ZEISS F/4 FE	120.000	1	120.000
4	MMC CF 80GB	50.000	2	100.000

5	Aputure 300D II + Standlight	250.000	1	250.000
6	Godox TL60	100.000	1	100.000
7	C-Stand Meking K1	40.000	1	40.000
8	DJI Ronin SC2 Fullset	170.000	1	170.000
9	Battery V-Mount + Charger	50.000	1	50.000
10	Card Reader Lexar	50.000	1	50.000
11	Sandbag	5000	2	10.000
12	Kupo Magic ARM MAX + 2 Convi Clamp	50.000	2	100.000
13	LED GVM 10 Rs RGB + Batt	50.000	1	50.000
14	Fresnel Mount	30.000	1	30.000
15	Softbox Aputure Lantern 60CM	50.000	1	50.000
16	Cardellini	20.000	2	40.000
17	Monitor Feelworld F6 + Batt, HDMI	50.000	1	50.000
18	CREW	500.000	1	500.000
			TOTAL	3.510.000

BAB V

PRODUKSI DAN PASKA PRODUKSI

5.1 Produksi

Tahap produksi, atau sering disebut sebagai tahap pengambilan gambar, adalah implementasi langsung dari seluruh perencanaan yang telah disiapkan pada tahap pra produksi. Pada fase ini, semua elemen visual dan audio direkam di lokasi shooting atau studio.

5.1.1 Pengambilan Gambar (*Shooting/Filming*)

Shooting atau pengambilan gambar video musik dilakukan di dua tempat Di Kota Malang yaitu di Toko Avia dan Eleven Clan Burger. *Shooting* dilakukan selama satu hari pada tanggal 20 Juni 2025. Proses pengambilan gambar dilakukan sesuai dengan keadaan cuaca dan kondisi di lapangan serta berdasarkan konsep yang telah dibuat sebelumnya. Oleh karena situasi tertentu di lapangan pada saat pengambilan gambar, maka pada beberapa bagian harus dilakukan penyesuaian sehingga sedikit berbeda dari konsep, namun cerita dan alur tetap sesuai dengan perancangan. Beberapa situasi tersebut adalah cuaca yang tidak stabil, *talent* yang rata-rata adalah pemula sehingga kesulitan untuk diarahkan, dan adanya halangan karena beberapa pengunjung yang lokasi pengambilan gambar. Meskipun demikian, proses pengambilan gambar dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan konsep perancangan video musik “*Side by Side*” band Slowright yang telah dibuat.



Gambar 5. 1 Proses Shooting
Sumber: Data Penulis

5.1.2 Transfer Data

Transfer data dilakukan dengan memindahkan file dari kamera ke laptop sesuai dengan urutan waktu pengambilan gambar. Data yang telah dipindahkan ke laptop dibuat dalam bentuk folder dengan penamaan sesuai waktu pengambilan gambar video musik. Total isi file untuk ketiga video musik tersebut adalah 133 GB.



Gambar 5. 2 Data Video
Sumber : Penullis

5.2 Paska Produksi

Tahap paska-produksi adalah fase di mana semua elemen visual dan audio yang telah direkam pada tahap produksi digabungkan, dimanipulasi, dan disempurnakan untuk membentuk sebuah karya akhir yang terpadu. Tahap ini sepenuhnya dilakukan di komputer dengan *software editing*.

5.2.1 Penyuntingan (*Editing*)

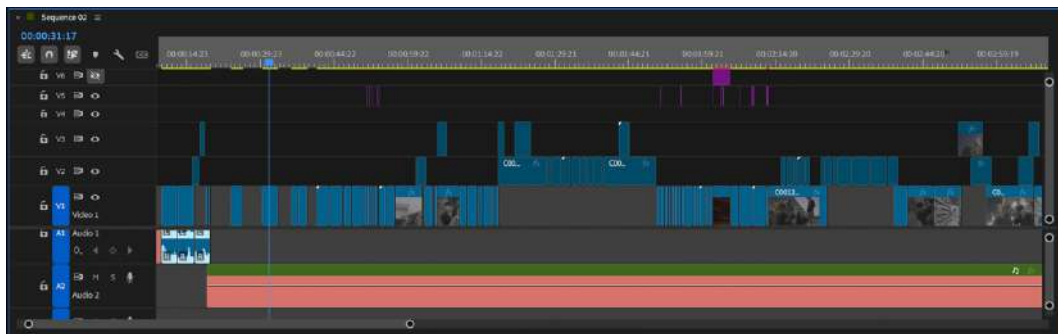
Software yang digunakan dalam editing video ini adalah *Adobe Premiere Pro CC 2024* dan *Davinci Resolve 20*. Sedangkan Perangkat yang digunakan adalah Komputer. Proses pengeditan dimulai dengan *compositing* dan *cut to cut*. Setelah kedua tahap tersebut dilanjutkan dengan penambahan *transition*, *effect*, dan terakhir yaitu *color grading* berdasarkan konsep pada *moodboard* dan panduan urutan video yang digambarkan dalam *storyboard*.

5.2.2 Compositing

Compositing atau pengomposisian dilakukan dengan membuat urutan video sesuai dengan urutan yang telah dibuat dalam konsep dan *storyboard*. Terdapat beberapa urutan pada situasi tertentu saat pengambilan gambar sedikit berbeda dari konsep, namun ide utama dan alur cerita yang telah dibuat dalam bentuk *storyboard* tetap dipertahankan.

5.2.3 Cut to Cut

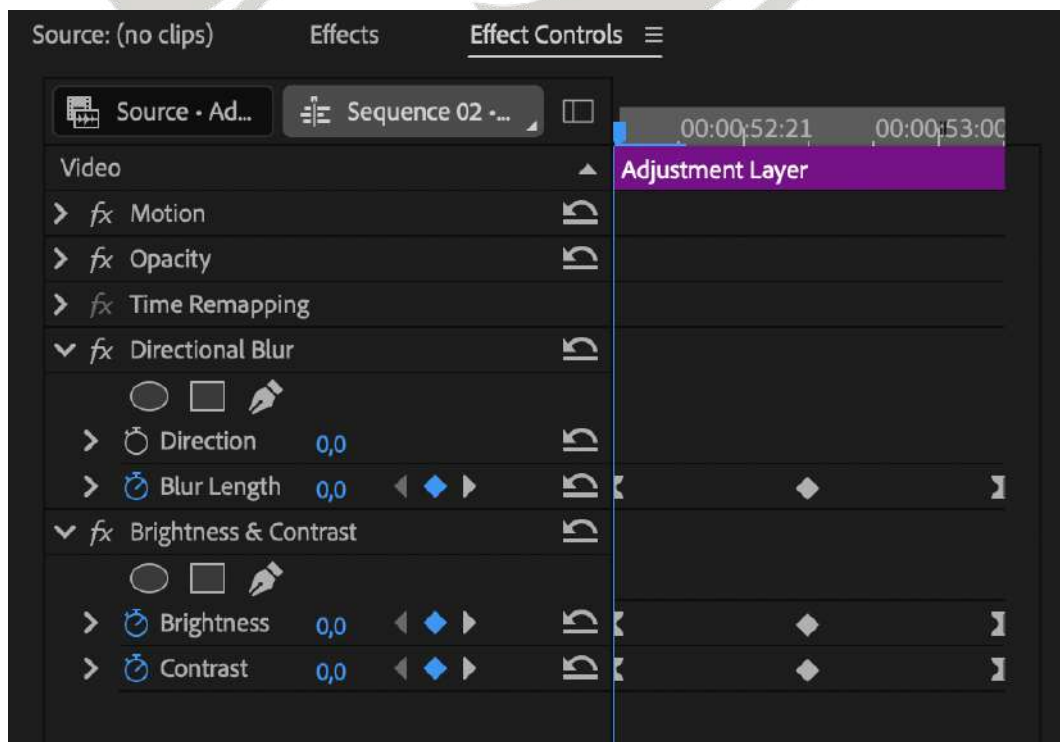
Cut to Cut atau *Cutting* dilakukan untuk memastikan bahwa video dapat berjalan dengan durasi yang sesuai dengan konsep yang telah dibuat sebelumnya dalam *moodboard* dan *storyboard* dan menempatkan video selaras dengan audio.



Gambar 5. 3 Cutting Video
Sumber : Penulis

5.2.4 Transition

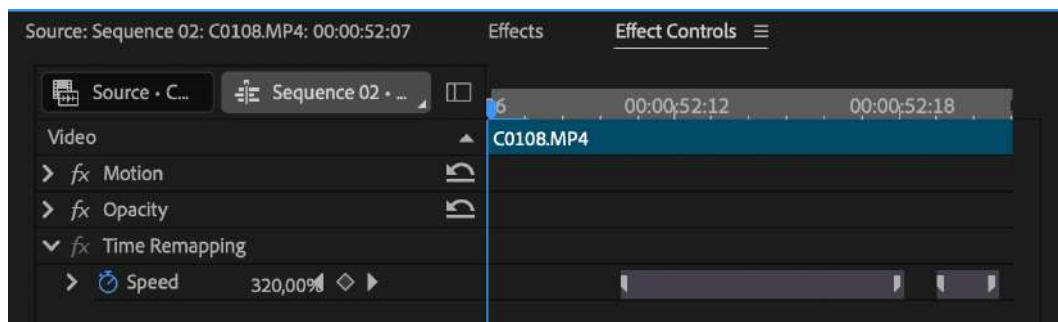
Transisi untuk video musik ini menggunakan *flaslight*. Transisi ini dibuat editor agar sesuai dengan konsep *hiphop* dan *beat* dari lagu dan menciptakan visual transisi cepat dan lembut.



Gambar 5. 4 Pembuatan Transisi
Sumber : Penulis

5.2.5 Effect

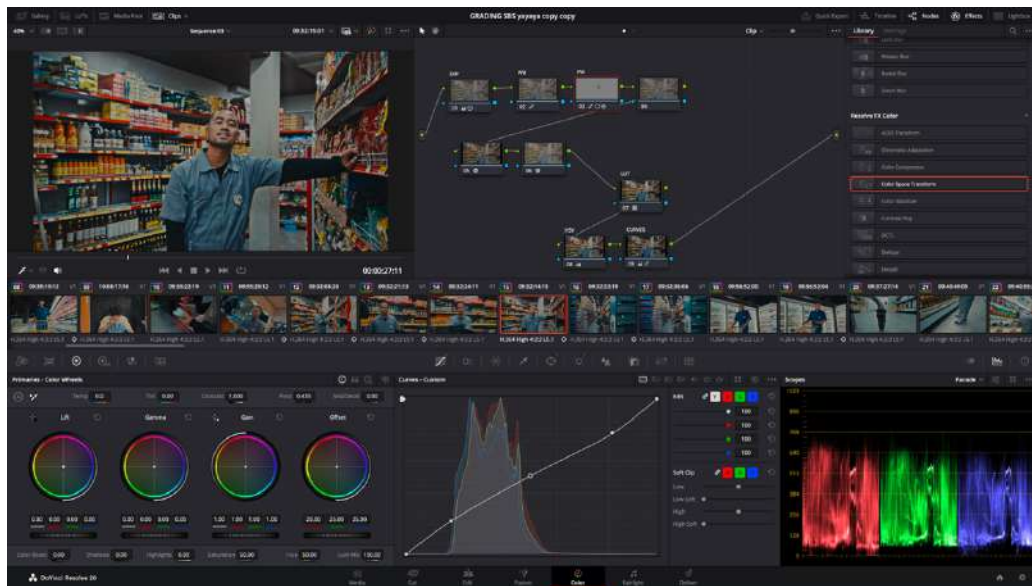
Efek yang ditambahkan dalam video musik yaitu *speed ramp*. Dalam beberapa *scene*, *speed ramp* bertujuan untuk mempercepat atau melambatkan video sesuai kebutuhan. Efek ini digunakan untuk menyempurnakan video musik agar tetap sesuai dengan konsep yang direncanakan.



Gambar 5. 5 Pembuatan Efek *Speedramp*
Sumber : Penulis

5.2.6 Koreksi Warna dan *Color Grading*

Color grading dalam keseluruhan video dikerjakan menggunakan aplikasi *Davinci Resolve 20*. Aplikasi ini dipilih editor karena fitur koreksi warna lebih luas. proses pewarnaan sangat penting digunakan untuk menegaskan pesan lagu, alur, tema, dan konsep awal serta menciptakan suasana yang dapat memengaruhi psikologi penonton agar pesan tersampaikan dengan baik. Proses pengaturan warna pada video musik ini menggunakan *shadow*, *lumetri color*, *color wheel* dan *match*, *RGB curves*, *hue and saturation curve*.



Gambar 5. 6 *Color Grading* Davinci Resolve 20
Sumber : Penulis

1) Nodes

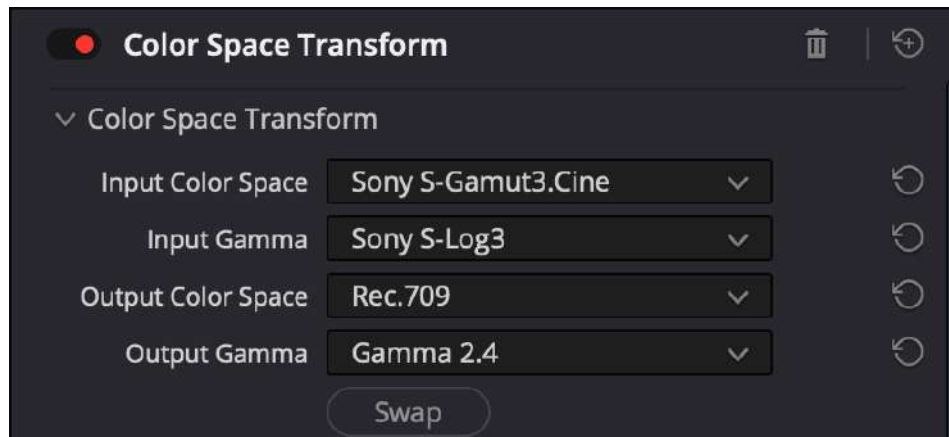
Dalam DaVinci Resolve, Nodes adalah blok bangunan utama untuk mengedit dan mengoreksi video secara modular dan non-destruktif, terutama di halaman Color dan Fusion. Alih-alih sistem *layer*, setiap node berfungsi sebagai kotak proses individual yang menerima input, memprosesnya (misalnya, koreksi warna, penambahan efek visual, atau manipulasi gambar), lalu meneruskan outputnya ke node berikutnya dalam sebuah rantai atau "pohon" (node tree). Ini memungkinkan kontrol yang sangat presisi, fleksibel, dan kemampuan untuk kembali serta memodifikasi penyesuaian apa pun tanpa memengaruhi piksel asli video.



Gambar 5. 7 Penyusunan Nodes
Sumber : Penulis

2) Color Space Transform

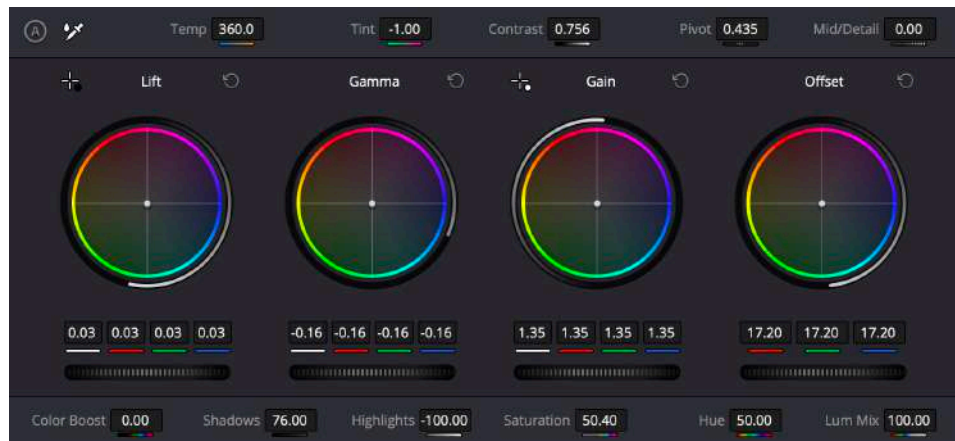
Fungsi Color Space Transform (CST) dalam DaVinci Resolve adalah sebuah *plugin* yang esensial untuk mengonversi data warna dari satu *color space* dan *gamma curve* ke yang lain, memungkinkan konsistensi warna yang akurat di seluruh proyek, terutama saat bekerja dengan rekaman dari berbagai kamera atau sumber yang memiliki karakteristik warna berbeda. CST secara matematis memetakan nilai-nilai piksel dari *input color space* (misalnya, log footage dari kamera) ke *output color space* (seperti Rec.709 untuk tampilan standar atau DaVinci Wide Gamut/Intermediate sebagai *working space*), memastikan bahwa warna dan gradasi yang editor lakukan terkalibrasi dengan benar untuk lingkungan kerja dan *delivery* akhir.



Gambar 5. 8 *Setting Raw Footage*
Sumber : Penulis

3) Exposure

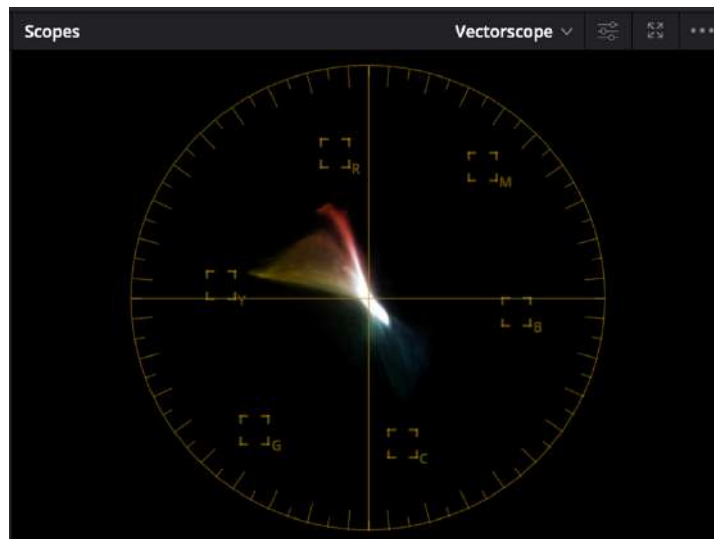
Mengatur Exposure berfungsi untuk mengontrol kecerahan keseluruhan suatu klip video, mirip dengan cara kerja *aperture*, ISO, atau *shutter speed* pada kamera, sehingga mempengaruhi seberapa terang atau gelap gambar yang direpresentasikan. Penyesuaian ini vital untuk memastikan detail pada area *highlight* (bagian paling terang) dan *shadow* (bagian paling gelap) gambar tetap terjaga, menghindari informasi piksel yang hilang akibat terlalu terang (*blown out*) atau terlalu gelap (*crushed*), serta memungkinkan penyesuaian visual agar sesuai dengan *mood* atau *intent* naratif yang diinginkan.



Gambar 5. 9 Penyesuaian Pencahayaan
Sumber : Penulis

4) White Balance

Mengatur White Balance bertujuan untuk menetralkan *color cast* yang tidak diinginkan dalam rekaman video, memastikan bahwa objek berwarna putih terlihat benar-benar putih, dan warna-warna lain direproduksi secara akurat sesuai dengan kondisi pencahayaan yang sebenarnya. Setiap sumber cahaya memiliki suhu warna (diukur dalam Kelvin) yang berbeda, dan kamera mungkin tidak selalu menafsirkan ini dengan sempurna, menyebabkan gambar terlihat terlalu hangat (kuning/oranye) atau terlalu dingin (biru). Dengan menyesuaikan parameter *temperature* dan *tint*, DaVinci Resolve memungkinkan editor mengoreksi bias warna ini, sehingga menghasilkan citra yang lebih natural dan konsisten, yang merupakan langkah fundamental dalam proses *color grading* untuk mencapai tampilan akhir yang diinginkan.



Gambar 5. 10 Penyesuaian White Balance
Sumber : Penulis

5) Power Window

Mengatur *Power Window* di DaVinci Resolve memungkinkan untuk mengisolasi dan memanipulasi sebagian area spesifik dari gambar video secara presisi tanpa memengaruhi area lainnya. Ini berarti editor bisa melakukan koreksi warna, penyesuaian eksposur, atau penerapan efek hanya pada subjek tertentu, langit, atau bagian *frame* lainnya. Dengan beragam bentuk seperti lingkaran, persegi, poligon kustom, atau *gradient*, *Power Window* memberikan kontrol selektif yang sangat kuat, memungkinkan *editor* untuk menargetkan penyesuaian mikro dan membentuk *mood* visual secara detail dalam suatu klip.



Gambar 5. 11 Power Window

Sumber : Penulis

6) LUT

Dalam DaVinci Resolve, LUT (*Look Up Table*) berfungsi sebagai "peta" matematis yang secara instan mengubah representasi warna dan tonalitas suatu gambar atau klip video dari satu nilai ke nilai lainnya. Ibarat filter atau *preset* lanjutan, LUT dapat digunakan untuk berbagai tujuan, mulai dari mengonversi rekaman "flat" (log footage) dari kamera menjadi tampilan standar yang dapat dilihat (technical LUTs) hingga menerapkan gaya atau "look" sinematik tertentu secara artistik (creative LUTs), sehingga mempercepat alur kerja *color grading* dan membantu mencapai konsistensi visual di antara berbagai *shot* atau proyek.



Gambar 5. 12 LUT
Sumber : Penulis

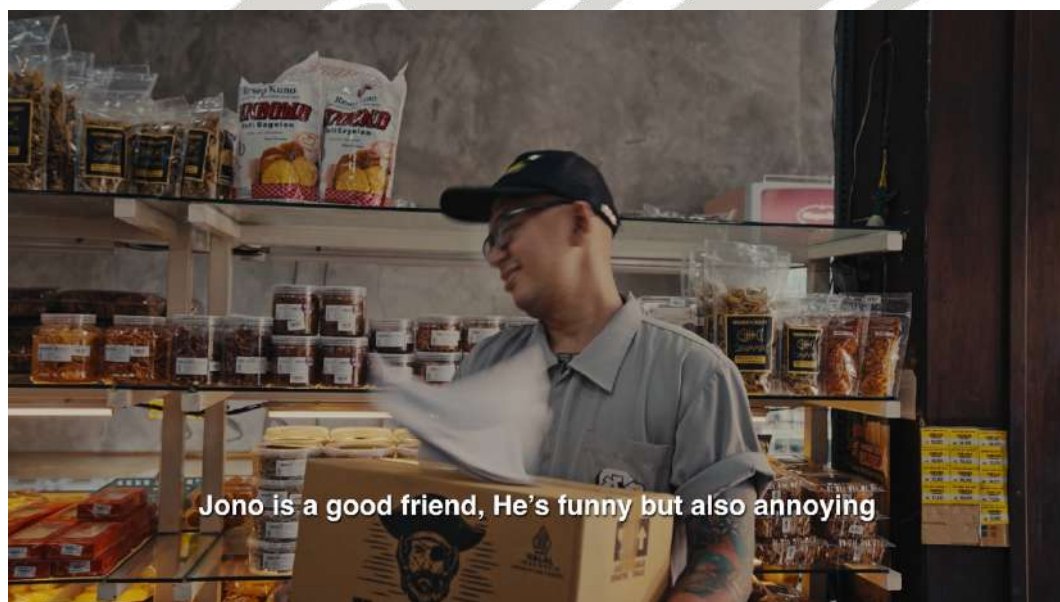
7) Curves

Curves adalah alat koreksi warna yang sangat powerful, memungkinkan editor untuk memanipulasi rentang tonalitas dan warna spesifik dalam gambar dengan presisi tinggi. Berbeda dengan kontrol global, Curves memvisualisasikan distribusi piksel pada grafik di mana editor dapat membuat *point* dan menariknya untuk secara non-linear menyesuaikan kecerahan (luma) pada *shadow*, *midtones*, dan *highlights* secara terpisah, atau bahkan mengubah saturasi dan hue untuk saluran warna tertentu (RGB, Hue vs. Sat, Luma vs. Sat, dll.). Ini memberikan fleksibilitas ekstrem untuk membentuk *look* gambar, memperbaiki masalah warna yang kompleks, dan menciptakan efek visual yang sangat spesifik.



Gambar 5. 13 Penyesuain warna
Sumber : Penulis

5.2.7 Font



Gambar 5. 14 Penggunaan Font Helvetica
Sumber Data Penulis

Dalam perancangan video musik "Side by Side", font Helvetica dipilih sebagai elemen tipografi kunci karena beberapa alasan strategis yang selaras dengan genre musik dan pesan yang ingin disampaikan oleh band Slowright.

Helvetica adalah salah satu *typeface* sans-serif paling terkenal dan banyak digunakan di dunia. Popularitasnya bukan tanpa alasan; ia dikenal

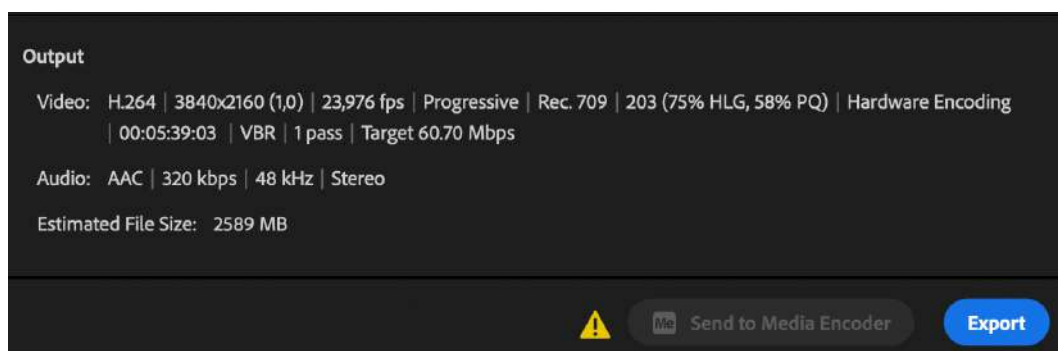
karena keterbacaannya yang luar biasa di berbagai ukuran dan media, serta estetika yang bersih, minimalis, dan modern. Ciri-ciri ini sangat cocok untuk video musik bergenre hip-hop rap yang cenderung cepat dan dinamis, di mana teks harus mudah dibaca sekilas tanpa mengganggu aliran visual.

Penggunaan Helvetica akan memberikan kesan kontemporer, langsung, dan lugas. Ini selaras dengan narasi persahabatan yang jujur dan apa adanya dalam lirik "Side by Side". Selain itu, sifat universal Helvetica seringkali memberikan nuansa urban dan relevan dengan budaya pop, yang sangat cocok dengan *vibe* musik hip-hop. Kejelasan bentuk hurufnya memastikan bahwa setiap lirik atau informasi tekstual yang muncul di layar dapat diterima dengan cepat oleh audiens, mendukung ritme video yang energik.

Dengan memilih Helvetica, video musik "Side by Side" tidak hanya mendapatkan sentuhan visual yang profesional dan *timeless*, tetapi juga memperkuat identitas Slowright sebagai band yang modern dan relevan, tanpa mengesampingkan kejujuran pesan dalam lagu mereka.

5.2.8 Rendering

Rendering merupakan tahap terakhir dari keseluruhan proses produksi video musik. Pada video musik ini dihasilkan dengan resolusi 4K UHD 3840 x 2160 23,976 fps bertujuan agar penonton dapat menikmati video musik dengan kualitas terbaik dengan format *rendering* yang disesuaikan dengan standar youtube yaitu H.264. Format ini dipilih agar video hasil kualitas edit tidak berubah dalam pendistribusiannya.



Gambar 5. 15 *Rendering*
Sumber : Penulis

5.3 Media Utama

Media utama dari "Perancangan Video Musik Berjudul '*Side by Side*' Sebagai Media Promosi Band Slowright" adalah sebuah video musik berdurasi empat menit dan empat detik. Video musik ini bertujuan untuk merepresentasikan lirik lagu "*Side by Side*" dengan visual yang memukau dan menjadi media promosi band Slowright.

Video musik tersebut diproduksi dengan resolusi 4K UHD 3840 x 2160 23,976 fps, dan akan diunggah pada platform Youtube dan Instagram band Slowright. Berikut adalah beberapa *scene* dari ketiga video tersebut:

Tabel 5. 1 Keterangan Video

No	Keterangan	Video
1	Diawali Sandy berdiri di meja kasir. ket: menjelaskan kepada pemirsa bahwa sandy sedang bekerja di toko. Dialbil dengan high angle dan wide untuk memperjelas lokasi.	
2	Jono datang kedalam toko untuk menyapa temannya (sandy).	
	Sandy mendengar ocehan jono. Dialbil dengan eye level dan wide untuk memperjelas lokasi.	

3	Kamera kembali ke Jono	 A man in a grey polo shirt and a cap is standing in a convenience store, looking at a box on a counter.
4	Sandy kesal dengan ocehan Jono dan melempar buku catatan.	 A man in a grey polo shirt is in a convenience store, looking up and throwing a notebook.
5	Jono terkena lemparan tersebut, lalu pada bagian ini Jono diperkenalkan ke pemirsa.	 A man in a grey polo shirt and a cap is in a convenience store, holding a box.
6	Beralih ke Alland dan memperkenalkannya pada pemirsa.	 A man in a blue polo shirt is in a convenience store, pushing a shopping cart.
7	Beralih ke Varrell dan memperkenalkannya ke pemirsa.	 A man in a grey t-shirt with 'VIRVAN' on it is sitting and looking up.
8	Beralih ke Sandy dan memperkenalkannya ke pemirsa.	 A man in a grey polo shirt is in a convenience store, smiling and holding a box.

9	Sandy mulai bernyanyi. Lirik: <i>"Always with you my friend.."</i>	
10	Sandy mulai bernyanyi. Lirik: "It's either good time to spend, Maybe bedtime to share, But it's time to care.."	
11	Sandy mulai bernyanyi. "Always Side By Side no matter what?"	
12	Beralih ke Alland sambil berkata: "What?"	
13	Kamera menunjukkan footage roda troli	
14	Kamera mengikuti Allan berputar mengitari toko.	

15	Berhenti dan menyadari Varrell datang.	
16	Kamera menunjukkan kaki Sandy	
17	Sandy membalikkan badan menyadari Varrell datang	
18	Jono menyalami Varrell	
19	Kamera beralih, mereka bekumpul sambil bernyanyi Lirik: “when life get you down, maybe yoi feel like no way out..”	
20	Sandy berjalan sambil bernyanyi “, you can tell me man...”	

21	Beralih ke jono berakata: “Out.. Out.. Out..”	
22	Kamera kembali ke momen mereka.	
23	Sandy bernyanyi sambil tersenyum. “Together we can share a ride”	
24	Kamera diambil dari footage lain Sandy bernyanyi “whenever yo feeling the world in on your shoulder and..”	
25	Sandy bernyanyi. “Everybody’s telling to be stronger but..”	
26	Beralih ke varrell bersepeda “With me you don’t need to pretend..”	

27	Jono mengamati kelakuan Varrell. “Just come as you are so we can..”	
28	Kamera zoom in ke jono “talk as a friend maaann..”	
29	Alland sedang duduk santai membaca majalah.	
30	Alland membuka majalahnya.	
31	Kamera beralih ke kaki varrell sedang mengayuh sepedanya.	
32	Varrell mengambil majalah alland.	

33	Allan tersentak kaget dan marah.	
34	Kamera beralih “you can tell me like anything..”	
35	Beralih kembali, scene ini merepresentasikan lirik: “I wont judge, love to hear your stupid silly thing yeah..”	
36	Bagian ini mereka serentak menganggukkan kepala bertujuan untuk memperkuat momen. “yeah, you should know whatever you do..”	
37	Sandy bernyanyi “man, I will always be there for you.”	
38	Beralih ke allany menghentakkan kakinya sambil mengikuti beat musik.	

39	Memperjelas ekspresi alland.	
40	Memperjelaskan ekspresi Sandy.	
41	Memperjelaskan ekspresi Jono.	
42	Sandy bernyanyi reff.	
43	Memperjelaskan ekspresi Varrell.	

44	Sandy bernyanyi reff.	
45	Kamera beralih ke scene varrell sedang serius.	
46	Kamera beralih ke Sandy sedang minum.	
47	Memperjelas kondisi bahwa mereka sedang bermain kartu.	
48	Alland sedang fokus dengan permainan.	

49	Kartu dikeluarkan.	
50	Jono fokus bersiap mengambil kartunya.	
51	Satu persatu mengeluarkan kartunya.	
52	Giliran Sandy untuk mengambil kartu.	
53	Kartu As dikeluarkan Sandy. Dan sandy menang taruhan.	

54	Alland menyesali keadaan.	
55	Varrell tertawa kekalahan.	
56	Jono pusing karena kalah.	
57	Pada akhirnya jono mengumpat kepada sandy.	
58	Sandy menerima umpatan tersebut dengan berlapang dada.	
59	Beralih mereka sedang membuka bagasi mobil. “but man you know we always take it easy..”	

60	Mereka takjub dengan barang yang ada dalam bagasi tersebut.	
61	Kamera memperjelas barang apa yang ada dalam bagasi tersebut. “just like our drink we like to make it fizzy..”	
62	Scene beralih kembali ke sandy merokok sambil bernyanyi: “ smoking some joint on a highway..”	
63	Alland batuk-batuk mencoba ganja yang diberikan sandy. “laughing on what we just did, and yeah we called I our way..”	
64	Sandy kembali kedepan dan bernyanyi: “you know, we do love to sing along and..”	
65	Kamera merekam momen varrell memegang botol minuman.	

66	Jono meminum minuman tersebut dan merasa segar.	
67	Sandy berekspresi didepan kamera.	
68	Varrell berekspresi.	
69	Sandy berekspresi.	
70	Jono berekspresi.	
71	Alland berekspresi.	

72	Mereka mengangguk untuk menekankan momen.	
73	Sandy bernyanyi.	
74	Mereka mengangguk untuk menekankan momen.	
75	Mereka mengangguk untuk menekankan momen.	
76	Alland berekspresi	
77	Mereka berlari balapan troli, untuk menekankan momen gila. “ when life goes down, we got oohhh..”	

78	“when life goes down, we got oohh..”	
79	Mereka menggila dalam momen kebersamaan. “when life goes down, we got..”	
80	Mereka dibelakan mobil bak sambil berkata: “oohhhh..”	
81	Sandy meresapi momen kebersamaan mereka.	
81	Sandy meresapi momen kebersamaan mereka.	

83	Mereka bernyanyi bersama hingga lagu berakhir.	
----	--	--

5.4 Media Pendukung

Selain video musik sebagai inti promosi, merchandise eksklusif akan menjadi media pendukung krusial untuk memperluas jangkauan dan memperdalam koneksi antara Slowright dengan penggemarnya. Merchandise tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan tambahan, tetapi juga sebagai alat branding yang kuat, media promosi berulang, dan simbol identitas bagi para pendengar.

Perancangan merchandise akan selaras dengan estetika visual dan narasi yang dibangun dalam video musik "*Side by Side*". Ini berarti elemen-elemen kunci dari MV, seperti palet warna, tipografi, simbol, atau bahkan momen ikonik tertentu, dapat diadaptasi ke dalam desain merchandise. Pendekatan ini memastikan keterpaduan antara produk fisik dan pengalaman digital, menciptakan ekosistem promosi yang terintegrasi.

1. Kaset

Sebagai bentuk penghormatan terhadap format fisik klasik dan untuk menarik kolektor, kaset "*Side by Side*" akan diproduksi. Desain sampul kaset akan menggunakan artwork utama dari video musik atau visual kunci yang paling representatif, memberikan pengalaman nostalgia sekaligus eksklusif.



Gambar 5. 16 Media Pendukung Kaset
Sumber: Data Penulis

2. Totebag

Totebag akan menjadi merchandise fungsional yang dapat digunakan sehari-hari. Desainnya akan menampilkan logo Slowright, kutipan lirik yang kuat dari lagu "*Side by Side*", atau grafis minimalis yang terinspirasi dari adegan ikonik dalam MV. Ini akan menjadi cara promosi yang subtil namun efektif di ruang publik.

3. Puzzle

Sebuah puzzle dengan desain artwork MV "*Side by Side*" akan menjadi merchandise interaktif. Ini tidak hanya memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi penggemar, tetapi juga memungkinkan mereka untuk secara perlahan mengungkap dan mengapresiasi detail visual dari video musik, menjadikannya barang koleksi yang unik.



Gambar 5. 17 Puzzle
Sumber: Data Penulis

4. Pembatas Buku dengan Penggaris

Pembatas buku akan menjadi merchandise yang terjangkau dan dapat diakses, ideal untuk penggemar yang menyukai membaca. Desainnya bisa menampilkan karakter, objek, atau pola yang muncul dalam MV, atau bahkan kutipan lirik pendek yang menginspirasi.



Gambar 5. 18 Pembatas Buku
Sumber: Data Penulis

5. Bendera

Sebuah bendera dengan desain yang berani dan mencolok, menampilkan logo band atau artwork utama dari MV, akan menjadi simbol kebanggaan bagi penggemar. Ini cocok untuk dipajang di kamar atau dibawa ke konser, memperkuat identitas komunitas penggemar Slowright.



Gambar 5. 19 Bendera
Sumber: Data Penulis

6. Sticker Pack

Paket stiker akan berisi berbagai desain kecil yang terinspirasi dari MV, seperti ikonografi, ekspresi karakter, atau elemen visual unik lainnya. Stiker adalah merchandise yang sangat populer, mudah didistribusikan, dan memungkinkan penggemar untuk mendekorasi barang-barang pribadi mereka dengan identitas Slowright.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Perancangan video musik "*Side by Side*" sebagai media promosi band Slowright telah berhasil dilaksanakan melalui pendekatan desain komunikasi visual yang komprehensif. Video musik ini tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap visual lagu, tetapi juga sebagai alat strategis untuk membangun citra dan memperluas jangkauan audiens band Slowright di tengah persaingan industri musik digital. Melalui analisis data yang mendalam dari wawancara dengan anggota band, observasi tren video musik, dan studi lirik lagu, pesan utama loyalitas dan dukungan dalam persahabatan telah berhasil diterjemahkan ke dalam narasi visual yang kasual, sinematik, dan autentik. Konsep visual yang diinspirasi oleh estetika video musik hip-hop era 90-an dengan penekanan pada *chemistry* antarpersonel, interaksi nyata, dan lokasi otentik, telah diimplementasikan secara konsisten mulai dari tahap pra-produksi (penyusunan konsep, *moodboard*, *storyboard*, survei lokasi, dan persiapan *equipment* serta *budgeting*) hingga produksi dan pasca-produksi.

Proses produksi yang melibatkan pengambilan gambar di Toko Avia dan Eleven Clan Burger Malang, meskipun menghadapi tantangan seperti cuaca tidak stabil dan *talent* yang kurang berpengalaman, berhasil diselesaikan dengan baik. Tahap pasca-produksi menggunakan *software* Adobe Premiere Pro CC 2024 dan Davinci Resolve 20 untuk penyuntingan, *compositing*, *cut to cut*, penambahan transisi *flashlight* dan efek *speedramp*, serta *color grading* yang menegaskan pesan dan suasana lagu. Video musik final memiliki resolusi 4K UHD 3840 x 2160 24fps dan format H.264, siap untuk didistribusikan melalui platform YouTube dan Instagram band Slowright.

Keberhasilan perancangan ini tidak hanya menghasilkan media promosi yang representatif dan estetis bagi Slowright, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi mahasiswa dalam menerapkan ilmu produksi audio visual dan

penelitian sosial, serta memperkuat posisi universitas dalam menghasilkan karya inovatif. Merchandise pendukung seperti kaset, *totebag*, *puzzle*, pembatas buku, bendera, dan *sticker pack* juga dirancang untuk memperluas jangkauan promosi dan memperdalam koneksi dengan penggemar, menciptakan ekosistem promosi yang terintegrasi.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan video musik "*Side by Side*" sebagai media promosi band Slowright, berikut adalah beberapa saran yang dapat diajukan:

6.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperdalam studi ini dengan fokus pada analisis kuantitatif mengenai dampak dan efektivitas video musik, seperti peningkatan jumlah *stream*, *engagement* audiens, atau penjualan *merchandise*, guna memberikan data yang lebih konkret tentang keberhasilan media promosi. Selain itu, eksplorasi pendekatan perancangan pada genre musik yang berbeda atau penggunaan teknik visual yang lebih eksperimental akan membuka wawasan baru tentang komunikasi visual dalam video musik. Melakukan studi perbandingan antara video musik independen dan yang diproduksi oleh label besar juga dapat mengidentifikasi strategi promosi paling efektif untuk berbagai skala industri. Terakhir, dengan mempertimbangkan kemajuan teknologi, penelitian di masa depan diharapkan dapat mengeksplorasi potensi penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam tahap pra-produksi, produksi, atau pasca-produksi video musik untuk mencapai efisiensi dan inovasi yang lebih lanjut.

6.2.2 Bagi Band Slowright

Setelah video musik dirilis, Slowright disarankan untuk mengoptimalkan strategi distribusi digital dengan lebih agresif, mencakup promosi berbayar di platform media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta berkolaborasi

dengan *influencer* musik yang relevan guna memperluas jangkauan audiens. Penting pula untuk mempertahankan konsistensi identitas visual dan narasi dalam seluruh konten berikutnya, mulai dari *artwork* album hingga materi promosi dan penampilan *live*, untuk membangun *branding* yang kuat dan mudah dikenali. Selain itu, Slowright perlu melakukan interaksi yang lebih aktif dengan audiens di platform digital, misalnya melalui sesi tanya jawab atau konten di balik layar produksi video musik, untuk memperkuat koneksi emosional dan loyalitas penggemar. Terakhir, di luar *merchandise* yang telah dirancang, band dapat mempertimbangkan media promosi tambahan seperti kampanye *online* interaktif, *challenge* di media sosial, atau *gimmick* unik yang secara aktif melibatkan penggemar dalam promosi lagu dan video musik mereka.

6.2.3 Bagi Universitas

Universitas disarankan untuk terus meningkatkan fasilitas dan sumber daya produksi audio-visual, termasuk *software editing* dan *color grading* terbaru, serta menyediakan akses yang lebih luas ke peralatan *shooting* profesional, guna mendukung mahasiswa dalam menghasilkan karya berkualitas dan relevan dengan standar industri. Selain itu, pengembangan kurikulum berbasis proyek yang mendorong lebih banyak tugas akhir berorientasi industri kreatif, seperti perancangan video musik, akan memperkuat keterampilan praktis mahasiswa dan mempersiapkan mereka menghadapi tantangan dunia kerja, termasuk melalui intensifikasi kolaborasi dengan industri musik lokal atau komunitas seniman. Terakhir, universitas diharapkan lebih aktif dalam mempublikasikan dan mempromosikan karya tugas akhir mahasiswa melalui media sosial, pameran, maupun jaringan alumni, yang tidak hanya menjadi bentuk apresiasi tetapi juga portofolio yang kuat bagi lulusan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atma Negara, G., & Pradhono, C. (2023). *Guntur Atma Negara 48 Cinelook: Journal Of Film, Television And New Media Camera Angle Untuk Memperlihatkan Karakter Protagonis, Antagonis Dan Tritagonis Pada Film Kaliya*. <https://journal.isi-padangpanjang.ac.id/index.php/JFTNM/index>
- Immanuel Aria Kristono, Martin Setyawan, & Peni Pratiwi. (2025). Perancangan Video Musik “Mayfly” sebagai Media Promosi Idol Group Oriana. *Misterius : Publikasi Ilmu Seni Dan Desain Komunikasi Visual.*, 2(1), 192–212. <https://doi.org/10.62383/misterius.v2i1.562>
- Kezia, beby, Ardianto, D. T., & Srisanto, E. (2015). *Perancangan Video Musik Voice of the Restless: “My Guiding Star.”*
- Kjus, Y. (2018). *Pop Music, Culture and Identity Live and Recorded Music Experience in the Digital Millennium*. <http://www.palgrave.com/gp/series/14537>
- Krishen, A. S., & Sirgy, M. J. (2016). *Identifying With the Brand Placed in Music Videos Makes Me Like the Brand*. http://dx.doi.org/10.1007/978-1-4939-9111-1_11
- Landa, R. (2010). *Graphic Design Solutions 2010*.
- Millerson, G., & Owens, J. (2008a). *Video Production Handbook, Fourth Edition*.
- Millerson, G., & Owens, J. (2008b). *Video Production Handbook, Fourth Edition*.
- Panji P, A. R. (n.d.). *PERANCANGAN VIDEO KLIP MUSIK SEBAGAI MEDIA PROMOSI BAND CLOSURE*. 57126.
- Pebrianto Saputra, E., & Manesah, D. (2025). Analisis Teknik Camera Movement pada Film The Big 4 Karya Timo Tjahjanto. *Tahun*, 2(1), 39–47. <https://doi.org/10.62383/imajinasi.v2i1.539>
- Rahman, F. (n.d.). *Video Sebagai Media Komunikasi*. Retrieved May 5, 2025, from https://www.academia.edu/43287229/VIDEO_SEBAGAI_MEDIA_KOMUNIKASI?utm_source=chatgpt.com
- Sandelowski, M. (2000). Focus on research methods: Whatever happened to qualitative description? *Research in Nursing and Health*, 23(4), 334–340. [https://doi.org/10.1002/1098-240x\(200008\)23:4<334::aid-nur9>3.0.co;2-g](https://doi.org/10.1002/1098-240x(200008)23:4<334::aid-nur9>3.0.co;2-g)
- Syafrida, A. (2024). Analisis Psikologis Strategi Pemasaran Digital dalam Industri Musik: Studi Kasus pada Lagu Bunga Hati-Salma Salsabil Idol. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1).
- Tommy, H. (2010). *Perancangan Promosi Grup Musik Lalang Melalui Video Klip Jurnal Diajukan Kepada Universitas Negeri Padang Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan Program Sarjana Desain Komunikasi Visual Oleh: Program Studi Desain Komunikasi Visual Jurusan Seni Rupa Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Padang 2018*.
- Vernallis, C. (2004). *Experiencing Music Video: Aesthetics and Cultural Context*. Columbia University Press.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa

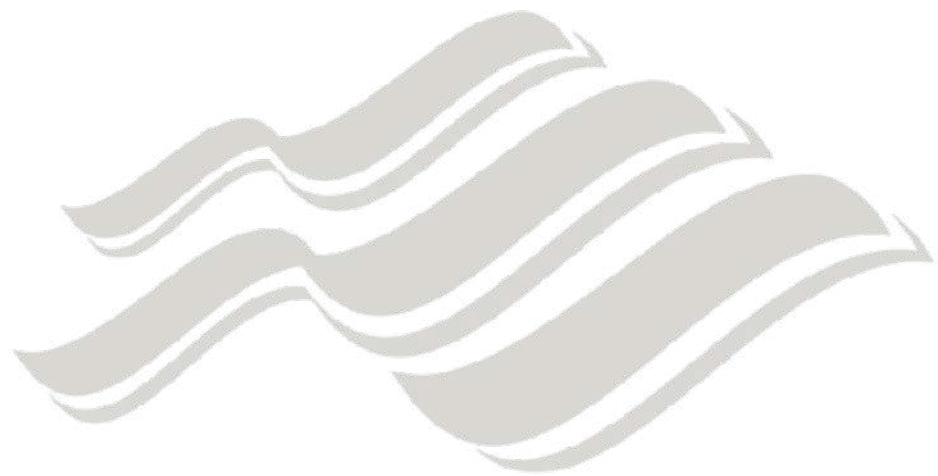
Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Lampiran 3 Dokumentasi Shooting

Lampiran 4 Dokumentasi Pameran

Lampiran 5 Lembar Bimbingan Tugas akhir

Lampiran 6 Lembar Partisipasi Kehadiran Seminar Hasil Tugas Akhir



UNIVERSITAS
MA CHUNG

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama Lengkap : Augie Bahtiar Rahman
Nama Panggilan : Augie
NIM : 332110001
Fakultas : Teknologi dan Desain
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Universitas : Universitas Ma Chung
Alamat : Bukit Cemara Tidar K1 / 17
No. Ponsel : 085156110146
E-mail : augiebahtiar11@gmail.com
IPK Terakhir : 3.54

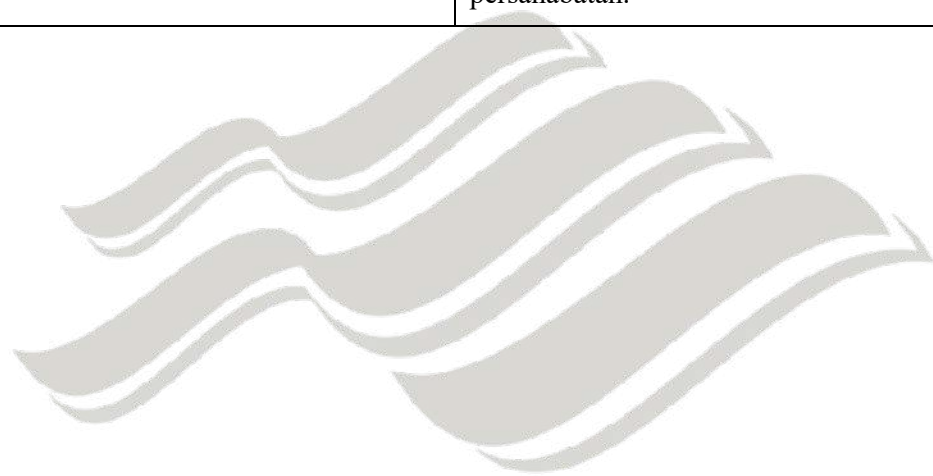


UNIVERSITAS
MA CHUNG

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Pertanyaan	Jawaban
Apa pesan utama atau inti yang ingin disampaikan Slowright melalui lagu "Side by Side"?	Lagu ini adalah tentang persahabatan sejati, bagaimana kita selalu ada untuk satu sama lain, di saat senang maupun susah. Ini tentang loyalitas. Ini perayaan ikatan pertemanan yang kuat. Bahwa kita bisa jadi diri sendiri tanpa harus berpura-pura. Dukungan tanpa henti, bahkan dalam perdebatan kecil sekalipun, itu justru yang memperkuat persahabatan kita.
Apakah ada cerita atau pengalaman pribadi spesifik di balik penulisan lirik "Side by Side" yang ingin divisualisasikan?	Inspirasi utama datang dari dinamika pertemanan kami di band. Banyak momen keseharian, ngumpul, dan bahkan debat kecil yang justru bikin hubungan makin erat. ingin menunjukkan bahwa persahabatan itu nggak selalu mulus, tapi bagaimana kita menghadapinya bersama itu yang penting. Misalnya, waktu nongkrong atau main kartu bareng. nuansa autentik dari pertemanan kami yang santai dan apa adanya.
Bagaimana Slowright membayangkan visualisasi lirik ini? Apakah ada adegan atau simbol kunci yang harus ada?	Kami membayangkan suasana yang kasual, tapi tetap sinematik. Mungkin adegan interaksi di tempat kerja atau nongkrong di luar. Kami ingin terlihat natural. Pokoknya yang bisa menunjukkan <i>chemistry</i> kami berempat. Nggak perlu yang terlalu mewah, tapi punya <i>soul</i> . Beberapa adegan kuncinya mungkin saat kami beraktivitas bersama,

	tertawa, atau bahkan sedikit cekcok, tapi endingnya tetap 'side by side'.
Siapa target audiens utama Slowright untuk lagu "Side by Side" ini?	Remaja hingga dewasa muda, sekitar 18-30 tahun. Mereka yang suka musik hip-hop, reggae, dan mengapresiasi lirik yang jujur. Juga mereka yang mencari konten yang autentik dan bisa relate dengan tema persahabatan.



UNIVERSITAS
MA CHUNG

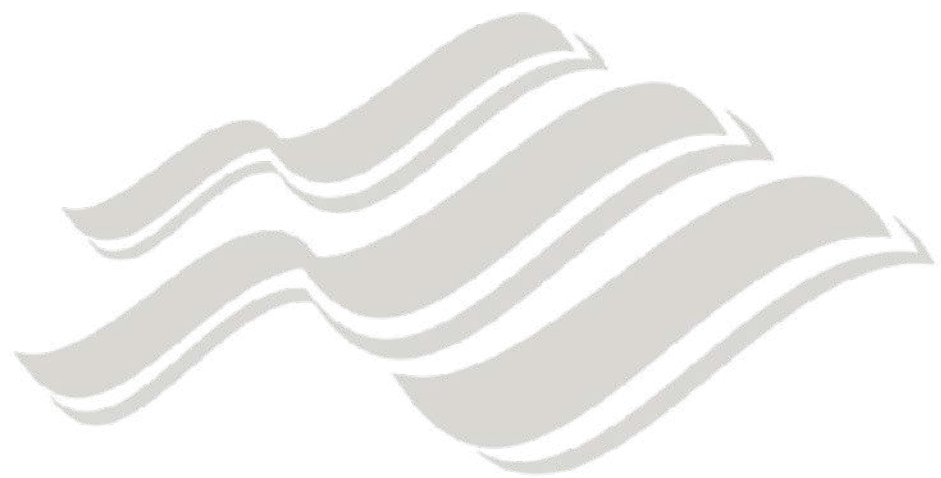
Lampiran 3 Dokumentasi Shooting



Lampiran 4 Dokumentasi Pameran

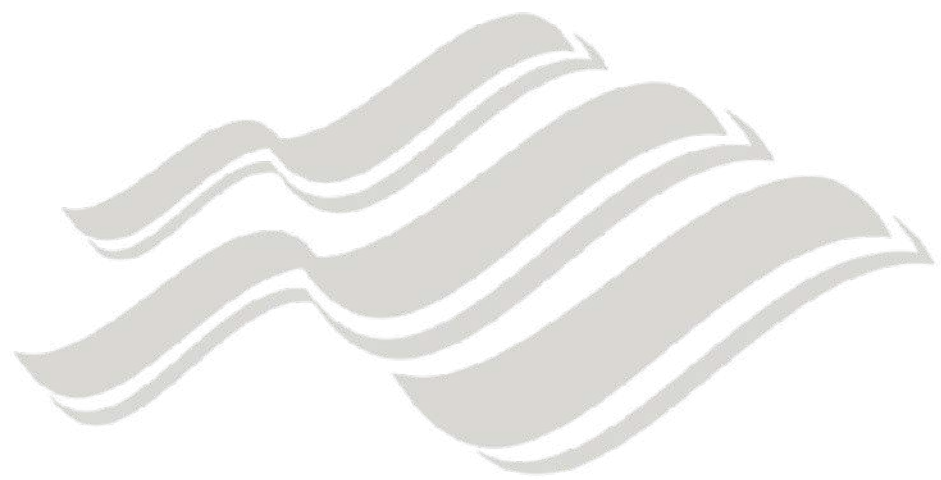


Lampiran 5 Lembar Bimbingan Tugas akhir



UNIVERSITAS
MA CHUNG

Lampiran 6 Lembar Partisipasi Kehadiran Seminar Hasil Tugas Akhir



UNIVERSITAS
MA CHUNG